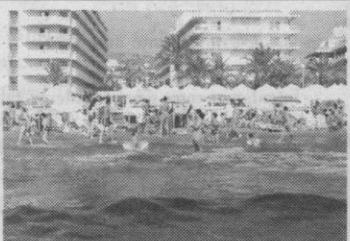


			
950127	950127	950127	950127
	Castilla y León		
950127	950439	950127	950127
			
950127	950127	950127	950127
			
950127	950127	950439	950127
	Turismo interior		
950127	950439	950127	950127
encuentre la difeRencia			
950439	950127	950127	950127

**TODO LO QUE NECESITAS
PARA ESTAS VACACIONES**



Agencia ICAL

Agencia de Noticias de Castilla y León
Santiago 23, 2º Izq.
47001 - Valladolid
☎ (983) 33 43 33 - 88
Fax: (983) 34 27 51

Director

José Luis Guerrero Elvira

Redactor-Jefe

Carmelo de Lucas

Coordinación y documentación

Tomás Hoyas

Redacción

Teresa Velilla, Ignacio Pagazaurtundua, Laude Blanco de Ana, Guillermo Arce, Esther Navarro Rosinos, Alejandro Fierro, Fernando Alda (Ávila), Montserrat Gómez y Gustavo Basurto (Burgos), María Jesús Muñoz y Ana Gaitero (León), Jorge Cancho (Palencia), Nunchi Prieto (Salamanca), Marcelo Galindo y Jesús Martínez (Segovia), Javier Veramendi (Soria), Alex Echeguibel y María Hernández (Zamora)

Fotografía

Enrique del Rivero.
Archivo de Ical y
Diarios Asociados

Diseño /Portada/Pre-Press

VB Imagen y Comunicación
☎ (947) 22 00 62

Publicidad

Departamento Publicidad
ICAL

Edita

ICAL, Diarios Castellano-Leoneses
Asociados, S.A.
El Diario de Ávila
Diario de Burgos
Diario de León
El Diario Palentino
La Gaceta Regional de Salamanca
El Adelantado de Segovia
Diario de Soria

CON la llegada del verano, la Agencia ICAL se propone afrontar un nuevo suplemento, en este caso de carácter turístico, con una perspectiva diferente a las habituales en este tipo de monográficos. Sin olvidar que el turismo de sol y playa sigue siendo la expectativa básica de la mayoría de viajeros, consideramos que existe otro turismo con un inmenso futuro (probablemente sea el turismo del si-

Pero somos conscientes de que la realidad, en ocasiones, archiva teorías y buenas intenciones. No podemos olvidar que vivimos una situación concreta, independientemente de tantas fórmulas a explotar y tantas maravillas a ofrecer. Sabemos que nuestra tierra es pródiga en cultura y parajes, en rutas e historia, en gastronomía y tradición, pero también somos conscientes de nuestra carencia de infraestructuras, de nuestros pequeños individualismos, de nuestro atávico miedo a la

innovación y las iniciativas. Por ello, también hemos querido analizar con realismo nues-

Turismo y reflexión

tro presente y nuestras posibilidades, nuestras ofertas y los posibles caminos para llevarlas a buen fin.

También, es evidente, nos preocupan aspectos como la conservación del medio ambiente y el patrimonio, algunos de nuestros principales tesoros, que pueden verse seriamente amenazados si no somos capaces de afrontar el futuro turístico con racionalidad y sin excesos. Hemos pedido, asimismo, el asesoramiento de grandes expertos mundiales en temas turísticos, como don Antonio Enríquez Savignac, en un intento de adelantarnos a las corrientes turísticas del porvenir, que pueden determinar las líneas de actuación de comunidades como la nuestra.

En suma, hemos intentado plantear un suplemento que nos ayude a reflexionar sobre las posibilidades turísticas de nuestra región y los métodos y filosofías a poner en práctica. Las actuaciones concretas, en mayor o menor medida, suelen ser responsabilidad de todos.

Y, para finalizar, queremos destacar un hecho, para nosotros, tremendamente importante. Este es el primer suplemento ICAL que se comercializará en Madrid, fuera de las fronteras de nuestra región, a través del diario madrileño YA, a quien queremos agradecer su confianza, al tiempo que le manifestamos todo nuestro aprecio y, sobre todo, nuestra admiración, por esos larguísimos meses de lucha que al final se ha visto merecidamente recompensada.

Intentamos, como siempre, interpretar nuestra tierra, ahora desde el punto de vista turístico, y quizás por eso hemos preferido utilizar en titulares el término "turismo interior" (acaso hubiera sido más apropiado "de interior"), que probablemente representa mejor a Castilla y León y además engloba a la perfección fórmulas turísticas típicas y/o específicas de nuestra región. Hablamos de turismo rural, cultural, de turismo alternativo y gastronómico, de turismo histórico y étnico, de turismo alternativo en todas sus múltiples fórmulas.

NUESTRO CAMPO ES LA INFORMACION

Siempre atentos a la realidad regional. A todo lo que sucede del Bierzo a Gredos, de los Arribes a la Bureba. Para medio millón de lectores cuya puntual información es nuestro máximo reto, nuestra inevitable responsabilidad. Día a día. En ocho periódicos. Para toda Castilla y León.



Agencia ICAL

Santiago, 23, 2º Izq.

47001 - Valladolid

☎ (983) 33 43 33 - 33 43 88

Fax: (983) 34 27 51

El turismo rural no es una actividad de masas aunque ya se reclama masivamente; vende antiguas usanzas, costumbres y artesanías junto a «multiactividades» como el

«hydrospeed», el «rafting» o el «snowboard»; juega un papel complementario a la

agricultura pero una

parte de sus

beneficios ya

alimentan la

especulación. La

gente busca

«rural» a la hora de

disfrutar de su ocio,

sin sopesar que bajo

esa etiqueta un

entorno y una

filosofía de vida

pugna por no

desvirtuarse frente

al empuje de la

industria turística

pura y dura.



UN DEBATE ENTRE LOS PROTAGONISTAS
DEL TURISMO RURAL

Tradición o libre mercado

GUILLERMO ARCE

Las más de 8.500 plazas de turismo rural disponibles y la veintena de denominaciones que adoptan los alojamientos de estas características en España (a las que se suman las casas rurales, posadas y centros de turismo rural, que se emplean en Castilla y León), demuestran la fuerza y variedad de un fenómeno que desborda ampliamente el concepto de actividad complementaria a la crisis económica del mundo rural y agrícola.

Lejos queda el programa «Vacaciones en casas de labranza», pionero en la explotación turística del mundo rural, y a través del cual el Ministerio de Agricultura concedió ayudas de hasta 100.000 pesetas a aquellos labradores que acogieran turistas en sus casas. Un fracaso, en los años sesenta no había ni clientes para el mundo rural ni se pagaba por ir al campo.

Actualmente sí, y el mejor ejemplo está en las pasadas vacaciones de Semana Santa, fechas en las que esta oferta turística conoció el «overbooking» (más plazas vendidas que las existentes). Este auge podría llevar a imaginar un «boom» turístico en el medio rural, conclusión que a la luz de las cifras es (todavía) engañosa. Una simple comparación de números demuestra que las cerca de 900 plazas disponibles en Castilla y León en la actualidad, representan sólo una pequeña parte de las camas de los hoteles de «alto standing» en la región. De igual forma, las 8.448 plazas nacionales de turismo rural —según las guías de 1994—, resultarían ridículas en comparación con los números que puede manejar un hostelero de Benidorm en cualquier estación del año.

A pesar de lo halagüeño de la Semana Santa y las buenas expectativas para el verano, «es un error pensar que el turismo rural va a significar la salvación de nuestros pueblos porque es un instrumento de desarrollo muy limitado y exige que sea participado por una población rural que, si no se

sensibiliza sobre este fenómeno, lo llevará al fracaso». Así opina Pedro Fernández, gerente del programa Leader en Los Ancares, un privilegiado mosaico de valles ubicados en el occidente leonés que ha experimentado un importante desarrollo turístico gracias al apoyo de las subvenciones procedentes de Europa.

«Los usos y costumbres populares no deben transformarse ahora en un museo permanente o en un teatro de cara al visitante. Debemos ser respetuosos con la tradición y las costumbres sencillas que caracterizan a esta gente porque esa es la filosofía que trasciende a la pura actividad turística y lo que busca el que se acerca al mundo rural».

Esta «filosofía de vida» es la que apadrina y protege en la otra esquina del mapa regional la Asociación Salmantina de Agricultura de Montaña (ASAM), joven agrupación que

ha unido a los habitantes de los cerca de 80 pueblecitos que componen la comarca de las Sierras de Béjar y Francia, al sur de la provincia, para crear uno de los principales rincones turísticos de la geografía castellano-leonesa donde se ofrece sabor rural con el mínimo posible de aditivos.

En las sierras salmantinas se persigue que los aldeanos estén al pie de obra, tengan contacto directo con el turista, se beneficien por ello y, sobre todo, entiendan el porqué del turismo rural. «No es una panacea sino una actividad económica complementaria, hay que determinar con precisión la relación económica entre

lograr la total adaptación del viajero a una oferta muy específica donde actividades al aire libre, como senderismo, rutas a caballo o bicicletas de montaña; y de carácter educativo (museos etnográficos, pequeños talleres artesanales o jornadas ornitológicas o micológicas, entre otros) primen sobre las comodidades y estereotipos habituales en el turismo convencional.

Es en esos pequeños detalles, siempre impensables en un entorno urbano, donde el cliente se involucra con todo aquello que está pagando durante unos pocos días de vacaciones. Un ejemplo simple y claro de cómo se entiende en el mundo rural el trato y el detalle con el turista lo representa la mermelada: es común encontrar a hosteleros que se empeñan en hacer desayunar a sus clientes las clásicas tarrinas de mermelada enlatada, cuando en sus huertos crecen las mejores frutas para elaborar una confitura totalmente autóctona y natural.

Sin embargo, ese plus de autenticidad que se le exige a la oferta de turismo rural no se explota de igual forma a orillas del río Orbigo. Para Carlos Vázquez -

los habitantes del pueblo y los turistas, y sopesar quién usa y quién gestiona el potencial turístico de nuestro mundo rural», afirma Josefa Martín, miembro de ASAM y activa defensora de las formas tradicionales de vida del hombre de campo.

CALIDAD Y AUTENTICIDAD

Esta relación directa con la vida rural y el contacto con el entorno natural deben



Los empresarios creen que es un error pensar que el turismo rural va a significar el instrumento de salvación para nuestros pueblos

que, empresario que desarrolla su actividad desde hace un año en una posada de la localidad leonesa de Carrizo de la Ribera, el turismo presenta otros matices dependiendo de si su oferta se ubica en las zonas de montaña media (como ocurre en el norte palentino, Merindades burgalesas, Valle del Alberche en Avila o los pinares sorianos, entre otros) o en un entorno menos vistoso paisajísticamente y con diferente atractivo pero -aún- con un peso elevado de las actividades agrarias, como es su caso.

En Carrizo la estancia media de un viajero no supera los dos días, «lo que no le permite disfrutar ni del entorno ni de la casa donde se aloja». «El turista -añade- sabe que dispone de actividades complementarias pero no las utiliza, prefiere disfrutar de su tiempo libre». El usuario de esta posada no es «familiar», son parejas muy jóvenes (de entre 30 y 35 años), que procedentes de Asturias, Madrid y León capital (en el 17 por ciento de los casos), buscan la tranquilidad y el sosiego de un fin de semana al margen de su vida cotidiana en la ciudad.

MONOCULTIVO DE TURISTAS

El empresario de turismo rural sujeta su actividad económica a temporadas muy determinadas del año. Los puentes festivos esporádicos, la Semana Santa y el verano reducen la actividad de una casa rural a 100-110 días -un 30 por ciento del año-. Según explica Pilar Soret, de Servitur, empresa especializada en actividades turísticas en el mundo rural, al finalizar la temporada, la media de ingresos de una casa rural puede rondar entre 1,5 y 2 millones de pesetas, cifra muy alejada de aquellos establecimientos donde al alojamiento se suman comidas y venta de productos típicos de la tierra y donde los rendimientos pueden ascender a los 13 millones de pesetas; y muy limitada si se tienen en cuenta los costes de rehabilitación y mantenimiento de una casa de labranza tradicional.

Estos rendimientos limitados, la ausencia de un tratamiento fiscal propio para estos establecimientos -habitualmente se acogen a las denominaciones de casa de huéspedes y fondas- y la precariedad de control fiscal dada la escasa actividad turística, lleva a que muchos empresarios opten por no declarar su actividad y «exponerse al palo de Hacienda».

Por otro lado, son muchos los que critican que la legislación vigente no dificulta la oportunidad de un dinero fácil en un par de meses al año y favorece el surgimiento de alquileres -ajenos a los parámetros de la oferta de turismo rural- de «segundas residencias», antiguas «casa de la abuela» que se incorporan a la red turística hasta que su propietario regrese para pasar unos días de veraneo en el pueblo.

A LA SOMBRA DE EUROPA

Los 33.000 millones de pesetas que ha desembolsado en España el programa comunitario Leader I,

justifican por sí solos la importancia que estas inversiones tienen para el mundo rural. El 50,6 por ciento de esta cantidad fue destinado a potenciar exclusivamente el turismo rural y muchas de las diez comarcas piloto en las que se divide la oferta de Castilla y León han recibido parte de estas subvenciones.

Los Ancares recibieron hace tres años de Europa cerca de 381 millones de pesetas. Este dinero, que en un 80 por ciento ya ha sido desembolsado, ha beneficiado a 18 empresarios de turismo rural y permitirá crear cerca de 300 plazas para finales de año repartidas en diez casas rurales, 7-8 hoteles y un camping.

Europa no solo desembolsa dinero sino que también fomenta la formación y el empleo en actividades turísticas. El programa europeo NOW -Nuevas Oportunidades para la Mujer- tiene también su reflejo en el mundo rural a través del proyecto que preparan Laura y Pilar. «Lo que intentamos es la integración laboral de la mujer rural a través del fomento de su capacidad para el autoempleo, el asociacionismo y la

creación de cooperativas y asociaciones paralelas al turismo rural». Aún pendientes de la subvención del Fondo Social Europeo, el proyecto para crear «agentes receptivos de desarrollo local» ya empieza a funcionar entre un grupo de mujeres residentes en las localidades leonesas de Astorga, Villagatón y Brañuelas, con vistas extenderse por otras zonas de la provincia de León en los próximos años.

CRITICOS CON LA PLANIFICACION

Si en algo coinciden especialmente los empresarios y las gentes del mundo rural es en la necesidad de que la administración competente, la Junta, vele por el desarrollo y armonía del turismo rural con las tradiciones, formas de vida y medio ambiente de nuestros pueblos.

Un buen principio, a juzgar por los halagos, fue la división de la Comunidad autónoma en diez comarcas piloto de turismo rural, con el fin de concentrar esfuerzos de desarrollo y promoción. Pero para muchos empresarios no todo lo que se oferta debe llevar esta etiqueta. «Hay que potenciar las zonas que tengan verdadero atractivo turístico y no incluir en las guías establecimientos que aunque estén ubicados en este mundo, nada tienen de turístico». La condición de agricultor o el empadronamiento por un mínimo de seis meses en el municipio son medidas solicitadas para evitar el intrusismo en el sector y la desvirtualización de la oferta hacia una finalidad puramente económica.

La Junta hace todo lo posible por «exagerar e hinchar» la oferta de turismo rural permitiendo la entrada de todo tipo de alojamientos «sin un criterio uniforme» y propagándolo a través de un gran montaje publicitario «en el que ha gastado muchos millones, mientras las pequeñas asociaciones que crecen en el sector no disponen del dinero suficiente para mantenerse».

En este sentido, es especialmente criticada la operatividad del centro de reservas

creado recientemente por la Dirección General de Turismo: «lo único que se hace desde allí es remitir al cliente a los respectivos centros de reservas que tenemos en cada comarca».

Los ayuntamientos, aunque con menor capacidad de maniobra en este sector, tienen en el ordenamiento urbanístico y en el cuidado de lo que se proyecta en sus municipios sus principales responsabilidades. «No aplican la suficiente fuerza para exigir el cumplimiento de un ordenamiento adecuado del entorno urbano y no priman el buen gusto arquitectónico dando facilidades al empresario».

El Bierzo, un largo camino por recorrer

«El mundo rural se desarrolla o va a tener que vivir pendiente de los caprichos climatológicos». Alberto Galerón, director general de Turismo de la Junta, pronunció esta sentencia en la inauguración de la Feria de Agroturismo celebrada en Carracedelo, frente a un auditorio de agricultores bercianos a los que dos años consecutivos de fuertes heladas han privado de las ricas cosechas de uva y frutales que crecen en el rincón más gallego de la región.

Son quizás estos productos, que un año más han malogrado las temperaturas, y la transformación artesanal de los mismos el mejor reclamo de cara a un turista rural que disfrutará de su ocio recorriendo los contrastes paisajísticos, urbanos e históricos de la tierra berciana llevando en el maletero del coche unos tarros de pimientos y un par más de peras e higos en almíbar, o de compotas de ciruela, o de grosella y manzana, o de miel, o de cerezas en aguadiente; y unas castañas que colocamos junto a los manjares típicos de la matanza del cerdo.

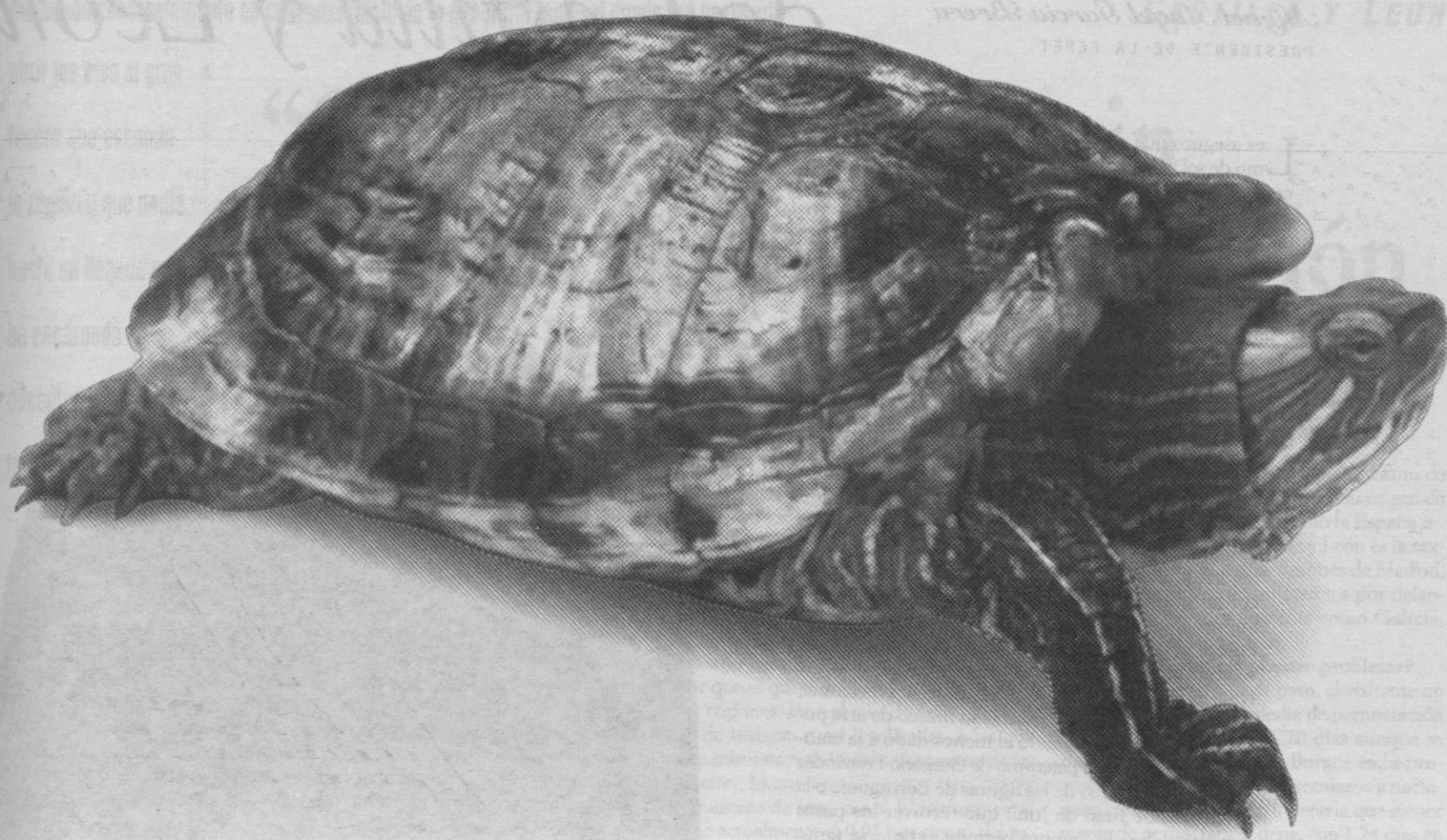
Según los expertos, la unión de la industria de transformación de alimentos y el turismo ha permitido que en Cataluña, el turismo rural más veterano y experimentado en la geografía nacional, sea además el más rentable tanto desde el punto de vista comercial como laboral.

Pero en El Bierzo a la gastronomía, el medio ambiente y la tradición no les acompaña ni un mínimo de infraestructura, ni una experiencia previa y ni, por ahora, un proyecto viable de turismo rural que pase por potenciar la cultura

berciana como alternativa a la montaña que trabajan turísticamente en los vecinos Ancares.

Durante las jornadas y los intensos debates que se vivieron en la Feria fueron quizás las palabras de Miguel Angel Casado, alcalde de Borrenes, municipio cercano a los impresionantes vestigios de las explotaciones mineras de los romanos, las más significativas sobre la situación que ha vivido el Bierzo y, en muchos casos Castilla y León, hasta hace escasamente tres años: «El visitante de Las Médulas tiene toda clase de folletos para conocer este rincón, pero si se le ocurre visitarnos un día no le queda más remedio que desplazarse tres kilómetros para comer y 17 para dormir». Todo un camino por recorrer.





¿Qué se apuesta a que va desde
El Puerto de Santa María hasta Cangas de Onís
en menos de 24 horas?

No tiene nada que perder. Paquexpres le garantiza la entrega de su envío en cualquier ciudad de la península en un plazo de 24 horas. Además, si desea que su envío sea entregado a primera hora de la mañana, consúltenos y

estudiaremos la fórmula y plazo de transporte que se adapte mejor a sus necesidades. Un compromiso que sólo es capaz de cumplir Paquexpres a un precio excepcional. Si no se lo cree, pregúntese: ¿Quién da más?

Si desea más información le atenderemos las 24 horas del día, incluso sábados y festivos,
llamando al 902 22 20 22



**PAQUEXPRES
RENFE**

nadie se compromete a tanto,
EN TAN POCO TIEMPO.



La oportunidad turística de Castilla y León

Miguel Angel García Brera
PRESIDENTE DE LA FEPET

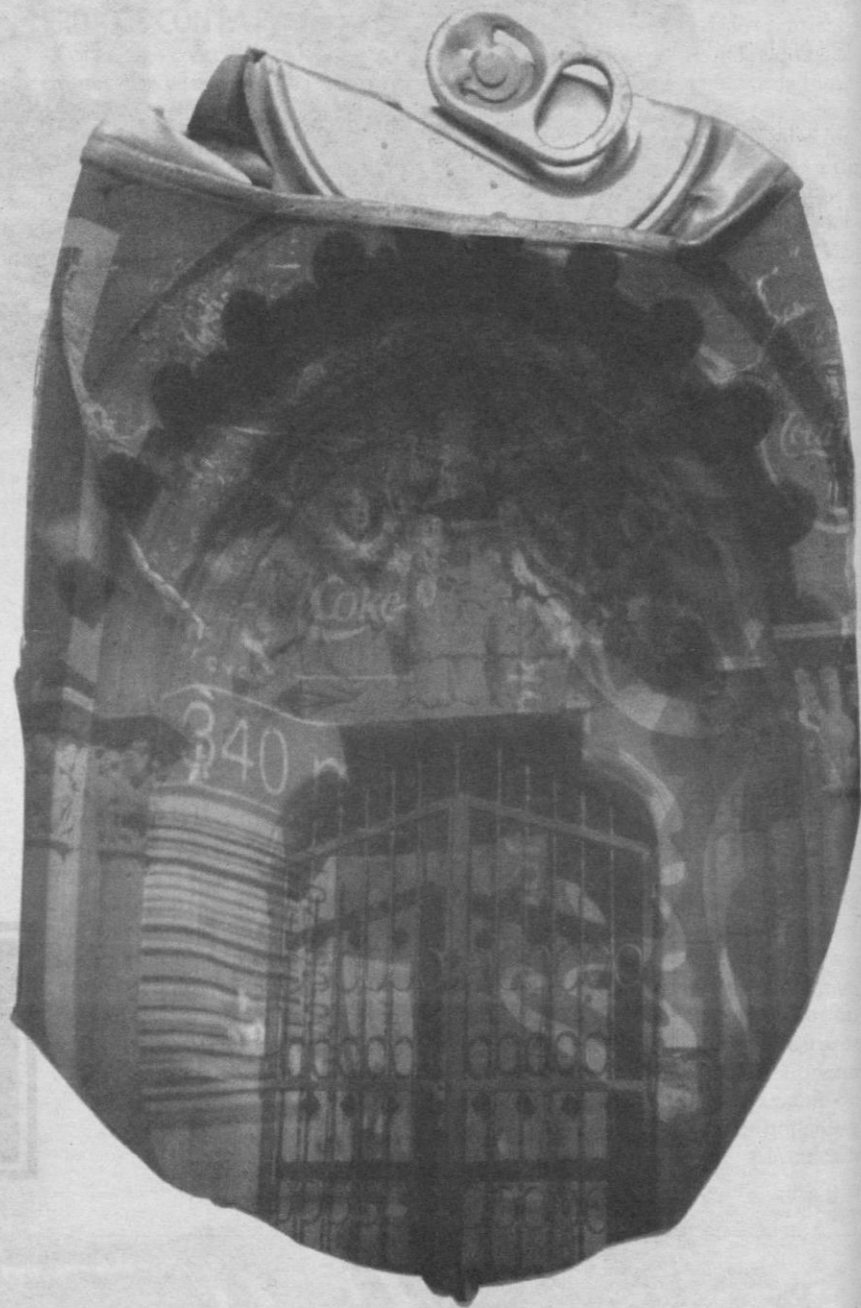
Les aseguro que no soy de esos que abominan del turismo de sol y playa y aseguran que está periclitado. Lo que creo es que las instituciones y la industria turística se han decantado tradicionalmente por esa modalidad, y se ven ahora desbordadas por quienes, como yo mismo, sin despreciar el descanso de una buena playa, encontramos también sosiego, en el enriquecimiento del espíritu ante una naturaleza respetada, un entorno de aire incontaminado, un río dispuesto para recibir la caña, un conjunto monumental, un buen museo, o una ciudad grandiosa. Por eso, es necesario trabajar de firme en dos sentidos: preparar una oferta que no se vuelva contra los propios valores ofertados y lanzarla a un mercado ansioso por esta nueva forma de turismo.

Castilla y León tiene en este terreno su gran oportunidad. No voy a repasar ahora el mundo para saber si esta comunidad admite parangón con alguna otra del planeta; me basta, para resaltar su categoría al menos de primera entre las primeras, recordar que Burgos o León ofrecen al visitante dos impresionantes catedrales capaces de ocupar un día entero al que quiera disfrutar de esa impresión de sosiego, serenidad y encantamiento que sólo ofrece la contemplación de la belleza y la impregnación cultural; que Valladolid, con sólo visitar su museo de arte policromado deja embobado al menos dado a la emoción artística, ante el patetismo de Gregorio Fernández o el ritmo flamenco de las figuras de Berruguete o la serenidad de Juan de Juni; que recorrer los pasos procesionales de Zamora permite extasiarse tanto como si se posan los ojos cual dos palomas zuritas en el cimborrio de la catedral, lo que también puede hacerse con parecido efecto en el de la de Segovia; que acercarse a la catedral palentina, plagada de increíbles gárgolas, capiteles y otros motivos, permiten extender la imaginación a confines extraterrestres o regresar al mundo terrenal de lo erótico-culto; que recorrer el valle de Amblés desde la plataforma amurallada de Avila o evocar a Santa Teresa o a San Juan de la Cruz en esa misma ciudad provoca un escalofrío lírico sin igual; que ver el románico soriano acompañado del verso de Machado, o adentrarse por caminos de Toro o de Lerma, o de Frómista, o de Paredes de Nava, donde el cura no vendió las tallas, sino que organizó un museo encantador, ofrece sorpresas continuas en lo monumental, lo paisajístico y lo gastronómico.

He recorrido esos sitios y muchos más, a veces a pie, en ocasiones en bicicleta y, por supuesto, en tren y en coche. Por todos esos caminos hay hoy espléndida posada en hoteles modernos y amplios y, cuando menos se piensa, aparece el río o el canal, la arboleda de chopos o la pinada, la volandera perdiz y sus hermanas, la vivaracha codorniz, la paloma torcaz o la tórtola, toda ellas picoteando los trigos por donde hace su cama la liebre y el conejo. He conocido las gentes que fabrican anís en Segovia, o que dirigían los trenes a su destino manejando las agujas de Venta de Baños, o que vendimiaban en Santillana de Campos, donde mi ayuda les estorbaba al tiempo que mi presencia les alegraba, o que olían al embriagador aroma de la galleta o la mantecada amasada en Alar del Rey o en Astorga, o que atendían con gozo a una representación teatral de mi grupo de estudiantes de Campaspero, o que me ofrecían queso bien diferente en Navalón, o en Prádanos de Ojeda, o en Osorno, mientras preparaban un plato de las mejores lentejas del mundo en Melgar de Fernamental, o estaba Cándido en Segovia, eligiendo cochinillos para degustación de los exigentes, y en Aranda alguien hacía lo mismo con los lechazos. Y dejo aquí la cita por interminable.

Si a brote pronto, al hilo de la memoria inmediata, sin elegir lo más destacable ni reseñar apenas nada, y urgido por enviar este artículo cuanto antes, puedo dejar impresos estos imborrables recuerdos, que son al propio tiempo soñados ¿qué no será Castilla y León en su conjunto, pueblo a pueblo? Con muy pocas explicaciones, un caudal así de posibilidades puede convertirse en motor de un desarrollo turístico impresionante. Y ello me obliga a entrar en otra consideración: El turismo rural y el turismo cultural han de ser potenciados cuando se tenga la evidencia de que no van a destruir lo que constituye su incentivo. Ni las puertas de la naturaleza, ni las de las agradables creaciones artísticas pueden abrirse sin precauciones a la invasión turística. Antes hay que disponer lo necesario para que no se sacrifique el árbol cuya sombra nos lleva a ese lugar, o se contamine la talla que queremos admirar o se esquilme el cangrejo cuya presencia en nuestro retel nos ha llevado hasta una ribera fluvial.

Las autoridades de Castilla y León tienen ante sí el reto de tomar las medidas adecuadas para que una avalancha de gentes entusiastas con la idea del turismo rural no acaben precisamente con lo rural, ni tampoco lo hagan empresarios de escaso entendimiento que busquen un lucro inmediato a plazo corto. En esta tarea los periodistas y escritores de turismo podemos prestar una ayuda valiosísima, y a ello estamos dispuestos.



ENTREVISTA CON ALBERTO GALERÓN, DIRECTOR GENERAL DE TURISMO DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN

"Castilla y León es, sin ninguna duda, la gran región española del turismo rural"

J. L. GUERRERO / G. ARCE

¿Cómo valora el surgimiento de un turismo regional específico y diferenciado de la tradicional oferta de sol y playa?

Castilla y León es, sin lugar a dudas, la gran región española de turismo interior. Tenemos un gran patrimonio cultural e histórico, una naturaleza con enormes contrastes, una rica gastronomía y un idioma que, siguiendo el ejemplo de Inglaterra, donde el inglés es la primera fuente de divisas turísticas, debe cobrar una gran importancia. Nuestra región posee todo eso pero la aportación del turismo al producto interior bruto es actualmente sólo un 2,8 por ciento frente a un nueve de la media nacional. Es necesario dar un gran salto cualitativo que haga del turismo interior un dinamizador de futuro de la región, aunque, por ahora, sólo existan los recursos sin que se haya creado el producto.

¿Qué previsiones se plantean la Junta con este potencial turístico?

Actualmente el turismo aporta al PIB regional del 2,8 por ciento. Esto supone una subida de tres décimas a lo largo de 1995, que reafirman nuestra intención de llegar al 3 por ciento para 1996. De cara al año 2000 nuestro proyecto

contempla alcanzar el 5 por ciento del PIB regional, es decir, que el sector turístico aporte en torno a los 300.000 millones de pesetas, superando los algo más de 100.000 millones actuales.

¿Qué papel puede jugar el turismo rural?

La región ha llegado un poco tarde al fenómeno del turismo rural aunque en algo más de un año hemos dado un avance bastante mayor que el que se ha producido en el resto de las regiones. Para el mes de julio habrá 66 casas de turismo rural legalizadas, a las que se sumarán casi treinta más en proceso de legalización, lo que aproximaría a un total de 80 el número de estas casas. El turismo rural supone actualmente el 0,01 por ciento del turismo en Castilla y León, lo que demuestra que está muy bajo todavía. En el Plan Regional de Turismo nos comprometemos a la creación de 500 casas para el año 2000, para darle la consistencia y poder económico que merece.

Turista por un día, ¿Por qué nos movemos con tanto retraso en este campo respecto a otras comunidades?

El turismo interior

podrá competir en España con el turismo de sol y playa. Nuestro retraso tiene su origen en que nunca se ha promocionado la España interior, y no obstante, Castilla y León es la sexta comunidad autónoma, después de Madrid, con más turismo; incluso estamos por delante de comunidades costeras como Galicia, Cantabria o el País Vasco.

¿Cuál es entonces nuestro problema?

Que es un turismo de paso, el visitante no se queda a dormir. La media de pernoctación en la región está en un 1,70 días aunque se dan fenómenos curiosos. Burgos es la provincia que más visitantes extranjeros y nacionales recibe pero es junto a León la que menor media de pernoctación tiene, con 1,24 días en la pasada Semana Santa. Soria, en el lado contrario, asciende a 2,10 días de pernoctación.

¿Cuándo lograremos retener al turista más de un día en la región?

El que seamos una comunidad de paso no es un hecho a minusvalorar porque a través de Castilla y León se realizan al año 10 millones de viajes de españoles. Si nosotros supiéramos retener al menos al 25 por ciento de esos viajeros para que recalaran en la región —aunque sólo fuese por una jornada— supondría la creación de mucha riqueza turística. La visita de día hay que potenciarla al máximo porque es nuestro gran turismo. Esto no quita que nuestro gran objetivo para los próximos años sea retener al turista durante dos noches, cifra ambiciosa teniendo en cuenta que la media nacional es algo superior a 4 noches, e incrementar en un 50 por ciento más los visitantes de día.

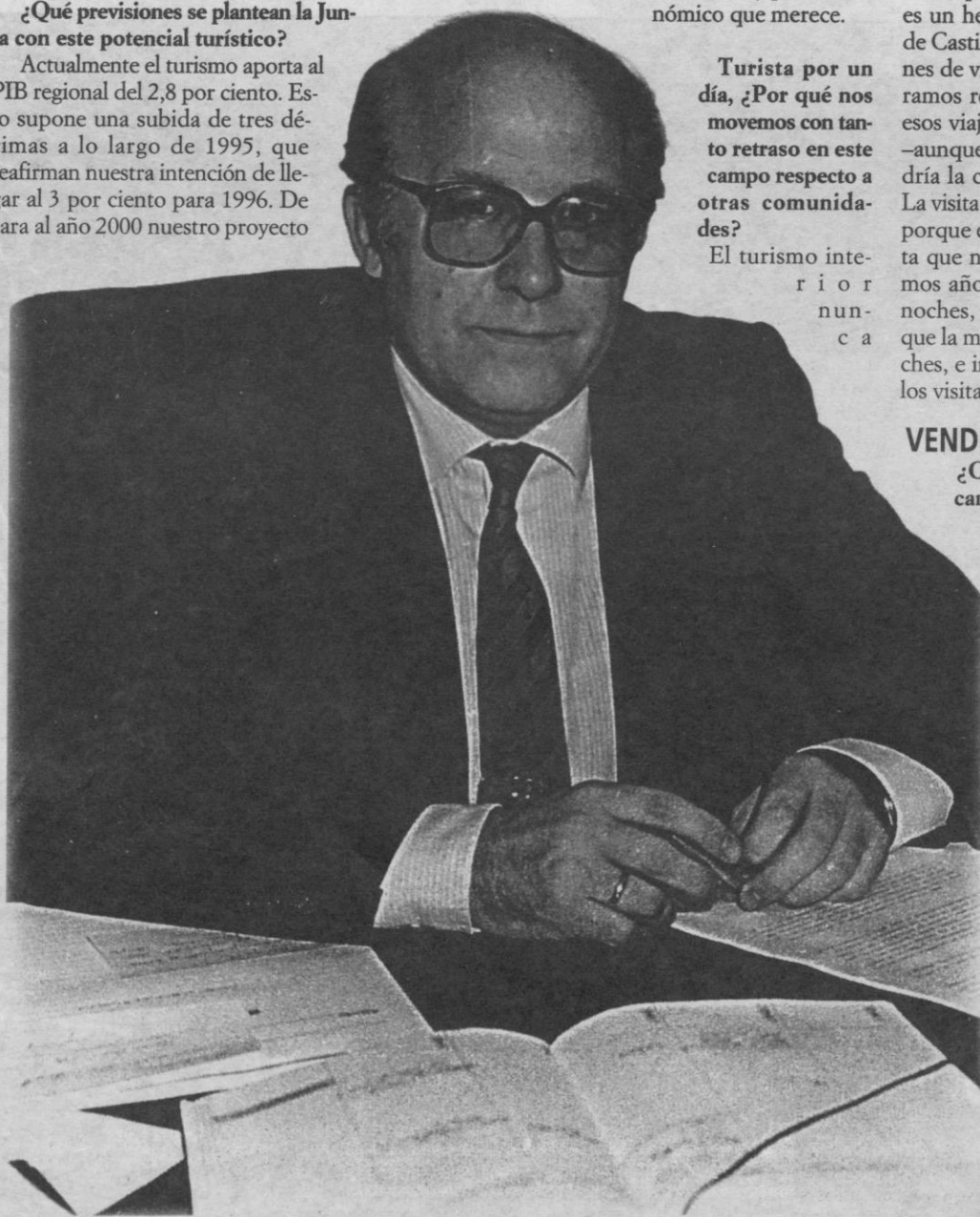
VENDER VARIEDAD

¿Cómo se puede promocionar turística-mente una región tan variada como Castilla y León? ¿No cree necesario matizar más la oferta?

Como Junta hemos intentado promocionar Castilla y León como marca turística, en toda su globalidad, trabajo al que se ha sumado la "venta provincial" de los patronatos. Pero esta estrategia no ha dado los resultados que buscábamos por lo que hemos creado una nueva política turística, recogida en el Plan Regional de Turismo, que contempla 22 rutas turísticas regionales, 60 itinerarios turísticos y cerca de 160 municipios declarados "turísticos". Esta oferta se resume a su vez en las cuatro grandes rutas que comprenden la globalidad de Castilla y León: el Camino de Santiago, la Ruta de la Plata, la Ruta de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad (Ávila, Salamanca y Segovia) y la Ruta del Duero.

¿Qué esconden a grandes rasgos esas cuatro grandes rutas?

Gastronomía, medio ambien-



Proyectos, previsiones y futuro, palabras inevitables a la hora de hablar de turismo entre los castellano-leoneses. El director general de Turismo de la Junta, Alberto Galerón, las ha empleado constantemente en cualquier punto de la geografía regional donde era necesario

abrir los ojos al gran tesoro que esconde la región y que nadie hasta su llegada se ha encargado de desenterrar: el turismo interior.

"Llanero solitario" y "vendedor de crecepelos", como algunos le han apodado, su trabajo ha permitido que una comunidad autónoma sin costa empiece a descubrir el valor económico del turismo que discurre por su interior.

te —somos la mayor masa arbórea de Europa— y el 50 por ciento del patrimonio histórico-artístico de España. Junto a estos atractivos, Castilla y León puede convertirse en la gran región del turismo del idioma, como demuestra que a una ciudad como Salamanca acuden en torno a los 10.000 estudiantes al año que aportan cerca de 1.500 millones de pesetas. Y junto al idioma, el turismo religioso. La comunidad está geográficamente enclavada en la gran vía de comunicación del turismo religioso en el mundo, a caballo entre los santuarios de Lourdes y Fátima, ruta que siguen varios millones de turistas al año. Tenemos un lugar emblemático mundial que es el Monasterio de Santo Domingo de Silos, abadía que hay que sumar tres o cuatro enclaves más para que el turista "religioso" recale en la comunidad.

¿Qué destino turístico ofrecería a un madrileño este verano?

El principal usuario de nuestro turismo rural es madrileño. Vienen a buscar en la tranquilidad de nuestros campos aquello que no encuentran en la vorágine de Madrid. Tienen a una o dos horas de camino la oferta cultural y gastronómica de la Ruta de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad, toda la zona de Soria y el Duero, también muy visitadas, lo que demuestra que al madrileño hay que ofertarle lo que esté cerca de su casa porque vienen, ven, comen y se marchan.



**Junta de
Castilla y León**

CONSEJERÍA DE CULTURA Y TURISMO

*"La visita de
un solo día
hay que po-
tenciarla al
máximo por-
que es nues-
tro turismo
más impor-
tante"*

Hacia una actividad inversora

La importancia cobrada por la actividad turística en Castilla y León ha hecho reorientar su administración y gestión hacia una consejería de nueva creación y de nombre aún no conocido, pero cuya existencia y necesidad ha sido expuesta por el presidente de la Junta, Juan José Lucas, en numerosas ocasiones tras su reelección en el cargo.

¿Qué dimensión cobra a su juicio la Dirección General de Turismo tras separarse de la Consejería de Cultura?

Turismo pasa a formar parte de una consejería inversora saliendo de una consejería de gasto como es Cultura. Hay un salto cualitativo importante al entenderse el turismo como inversión y como industria, dejando de ser sólo un mero acompañamiento de la cultura cuando también es una actividad que participa del medio ambiente o las comunicaciones, entre otros aspectos. Crear una Consejería de Turismo como demandaban los empresarios del sector sería muy

exagerado teniendo en cuenta la escasa aportación al PIB regional que tiene esta actividad.

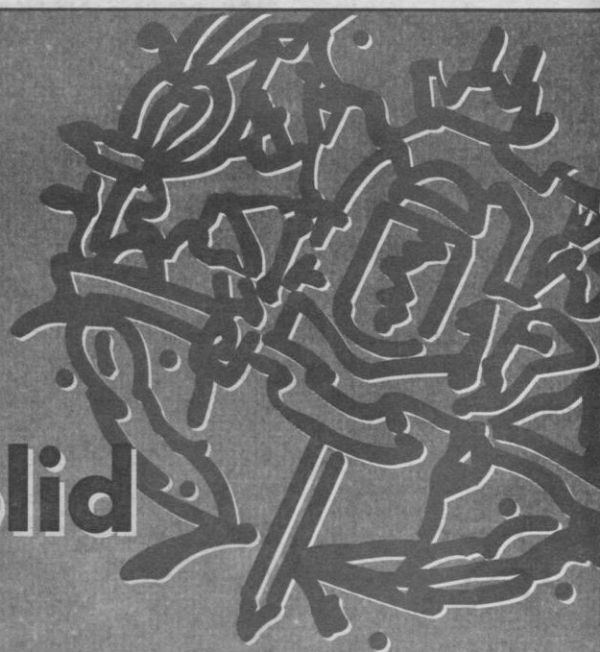
A pesar de terminar una legislatura la valoración que se hace de su trabajo es positiva e incluso se ha pedido su permanencia en el cargo desde el sector privado. ¿Se encuentra usted dentro del organigrama de Turismo para la próxima legislatura?

No soy un hombre de turismo, yo provengo del ámbito social y laboral de la Junta. Vine a Turismo porque el consejero Emilio Zapatero me lo pidió como un favor personal y nada más tomar posesión dije que mi estancia sería hasta las elecciones municipales y autonómicas. Estos veinte meses he transmitido mi propia convicción de que el turismo es muy importante para la región y quizás he sabido transmitirlo, por eso me piden que permanezca en el cargo. Y es que, el que no se enamora turísticamente de esta región es que es tonto o tiene los ojos mal puestos. Llevo ocho años en la política activa y quiero dejarla durante un tiempo para buscar cierta higiene mental. Si pasado un tiempo el presidente me necesita, le diré que sí.

*Por su tradición,
por su patrimonio,
por sus recursos
naturales, por sus
gentes laboriosas
e ilusionadas...*

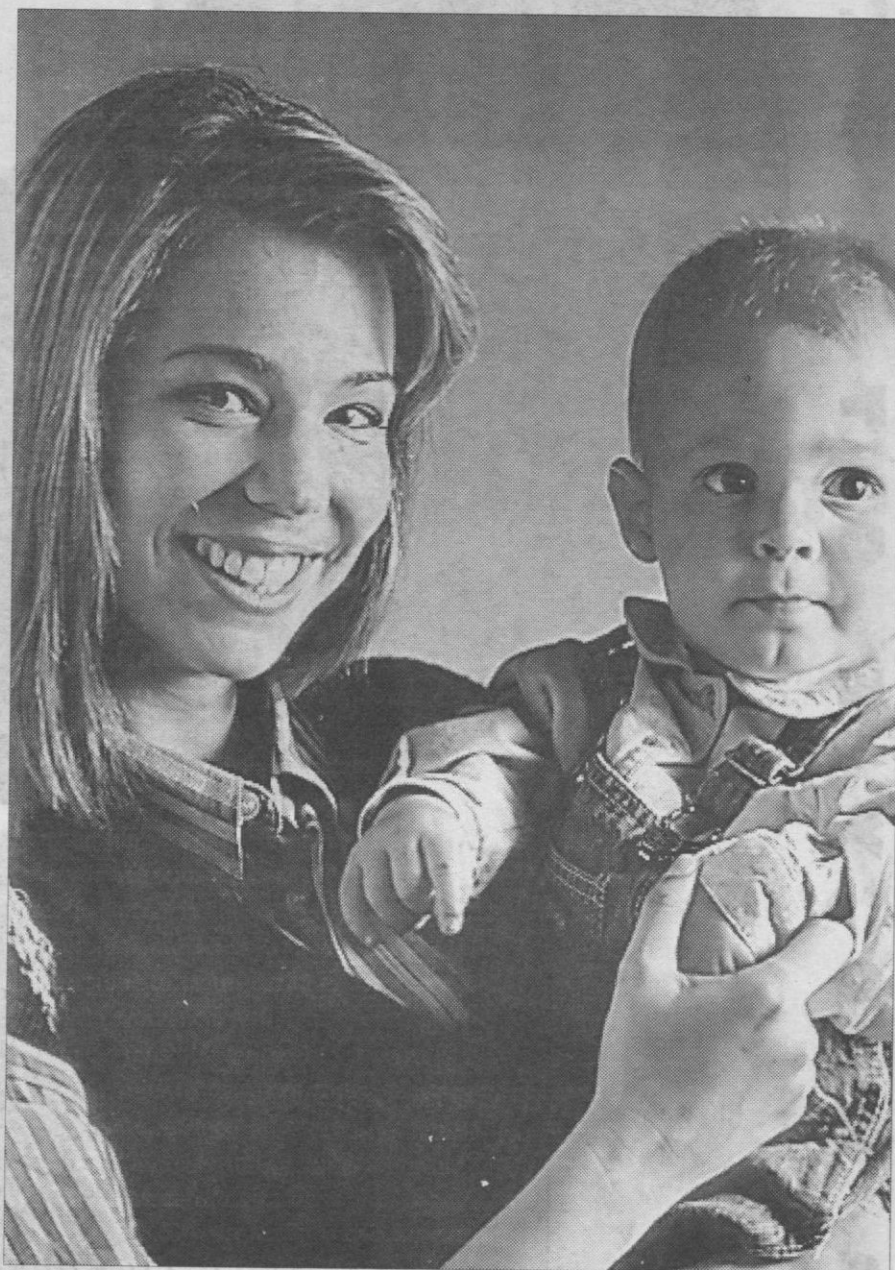
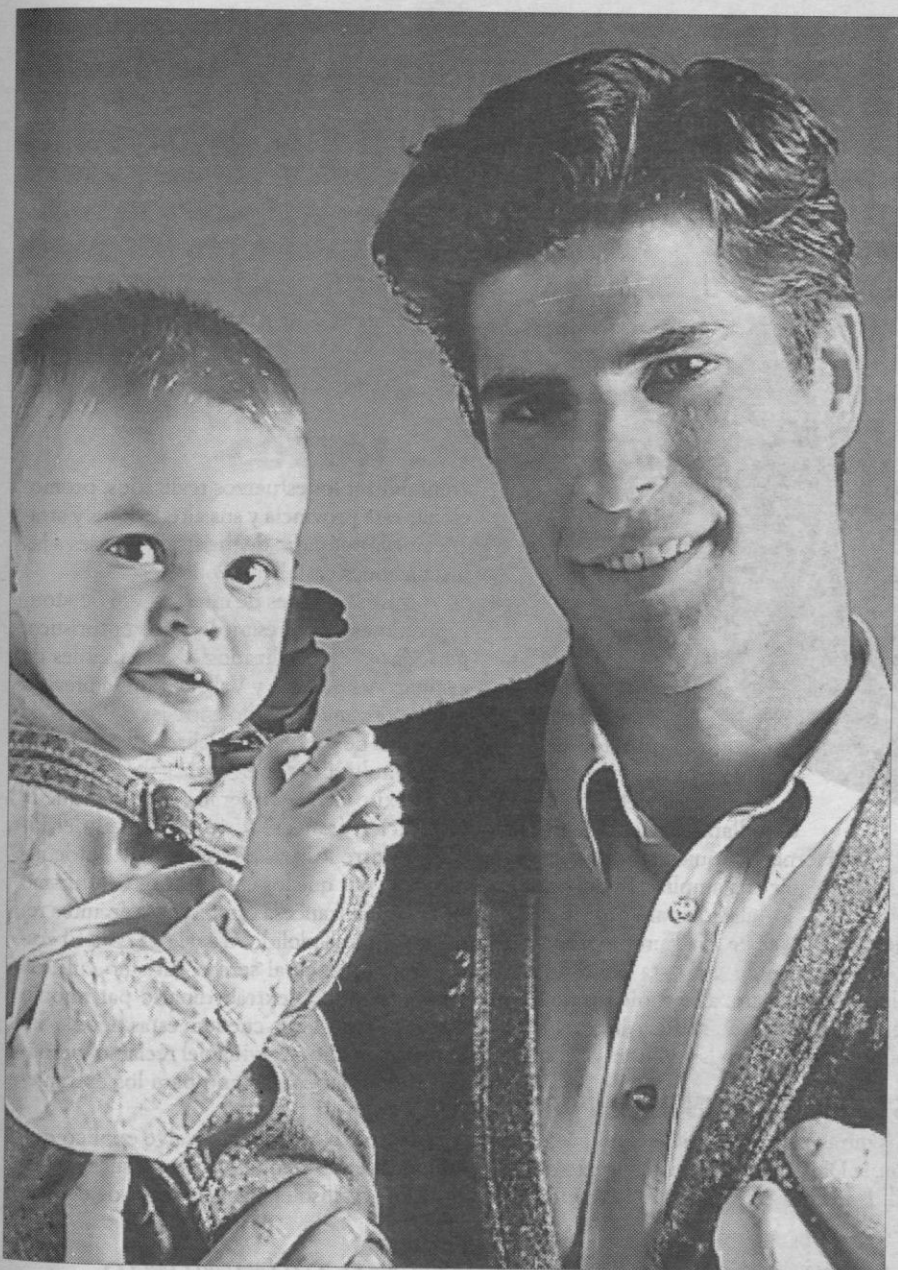
*Valladolid
merece la pena.*

**Valladolid
a tu
alcance**



DIPUTACIÓN DE VALLADOLID
PATRONATO PROVINCIAL DE TURISMO

¿Él o ella?



Da igual.

AMBOS COMPARTEN LAS TAREAS Y RESPONSABILIDADES DEL HOGAR.

Sus hijos y su casa los necesitan por igual. Siempre hay algo que hacer. Y entre los dos se acaba antes. Hoy en día, ya no hay excusa para la discriminación de papeles en el hogar. Hombres y mujeres son iguales dentro y fuera de casa. Así, ambos podrán elegir sus carreras, ocupación y desarrollo profesional. Con las mismas obligaciones y las mismas oportunidades. Compartir las tareas domésticas es una garantía de progreso social. Libera a la mujer de una pesada carga y le permite disponer de su tiempo para acceder al mundo laboral. Evita la discriminación: comparte.



**PLAN DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES
PARA LA MUJER.**



**Junta de
Castilla y León**

CONSEJERÍA DE SANIDAD Y BIENESTAR SOCIAL



Todavía faltan por descubrir y poner en marcha numerosas iniciativas que atraigan hacia esta región a los turistas de todo el mundo.

Se ha repetido hasta la saciedad que Castilla y León es el escaparate de lo que se llama ahora «turismo de interior», tan distinto a la oferta tradicional de España, de sol y playas. Pero esta condición, aún no ha sido trillada hasta sus últimas consecuencias.



Castilla y León "is different"

La intención de poner a sus empresas en la cima de la actividad comercial turística ha hecho que el salmantino Juan José Hidalgo, presidente de Air Europa y Viajes Halcón, estudie un proyecto que supondría para la Comunidad autónoma la atracción de turismo extranjero con el reclamo de «algo diferente».

Salmantino y castellanoleonés hasta la médula -como él mismo ha reconocido en multitud de ocasiones-, Hidalgo no quiere dejar de aprovechar el potencial arquitectónico de esta región que aglutina a tres de las seis ciudades Patrimonio de la Humanidad españolas, así como numerosos atractivos naturales y paisajísticos derivados de la baja densidad de población.

Juan José Hidalgo, con una previsión de beneficios para Air Europa a finales de 1995 de alrededor de 1.600 millones de pesetas, se puede permitir el lujo de abrir nuevos caminos con la esperanza de incrementar las ganancias y que éstas redunden en su grupo y en Castilla y León.

Aunque actualmente es un proyecto «congelado» debido a otras necesidades más urgentes, la intención de este empresario es ofrecer a los turistas extranjeros, que recalen en las zonas costeras de España, excursiones organizadas a las distintas provincias castellano-leonesas aprovechando la infraestructura aeroportuaria regional.

Esta idea ya le ha sido expresada de manera informal al director del aeropuerto de Villanubla (Valladolid), Jesús Hernando, quien tendría que gestionar y conseguir una ampliación del horario operativo de la instalación para acoger el aterrizaje de las naves de Air Europa procedentes, por ejemplo, de la Costa del Sol. Este problema no afectaría al aeropuerto de Salamanca que, por disfrutar de la calificación H-24, permanece abierto las 24 horas del día.

LOS TURISTAS VIENEN DE PARÍS

Las miras de la Cámara de Comercio e Industria, la Diputación y el Ayuntamiento de Valladolid se dirigen únicamente, al menos por

rentabilizar los esfuerzos realizados, promocionar esta provincia y sus alrededores y atraer el mayor número de turistas franceses a las instalaciones castellanoleonesas.

A través de viajes de intercambio de «tour operadores», empresarios del sector turístico, periodistas especializados y responsables de instituciones de París y Valladolid, está previsto que el convenio firmado entre las Cámaras de Comercio de Versailles y Valladolid registre un efecto multiplicador en ambas direcciones.

El éxito de esta operación, por la que la expedición francesa visitó la capital del Pisuerga entre los pasados días 23 y 26 de junio, pasa por que los empresarios del turismo de la región francesa establezcan circuitos regulares en Valladolid y Castilla y León. El «escaparaté» principal será el turismo cultural aprovechando el extraordinario patrimonio histórico con el que cuentan estas tierras. Sin embargo, nadie se olvida del reclamo que supone el idioma castellano para los extranjeros.

Arturo Rodríguez-Monsalve explicó que aunque la expedición francesa cuesta a las instituciones vallisoletanas alrededor de dos mi-

Hay que aprovechar el extraordinario patrimonio histórico con el que cuentan estas tierras

llones de pesetas, los beneficios que reportará supondrán un incremento «muy sustancial» de esta cantidad. «Merece la pena el esfuerzo, ya que desde que hemos puesto en marcha esta iniciativa se ha registrado un aumento del número de turistas franceses en Villanubla de más del cien por cien», añadió.

A pesar de que este proyecto únicamente se ha desarrollado con la capital francesa, los responsables de la Cámara de Comercio e Industria de Valladolid, teniendo en cuenta el éxito logrado, no descartan, incluso en un futuro no muy lejano, establecer acuerdos con otras capitales europeas.

Londres sería la siguiente.

Aunque la expedición francesa cuesta a las instituciones vallisoletanas alrededor de dos millones de pesetas, los beneficios que reportará supondrán un incremento «muy sustancial» de esta cantidad. «Merece la pena el esfuerzo, ya que desde que hemos puesto en marcha esta iniciativa se ha registrado un aumento del número de turistas franceses en Villanubla de más del cien por cien», añadió.

A pesar de que este proyecto únicamente se ha desarrollado con la capital francesa, los responsables de la Cámara de Comercio e Industria de Valladolid, teniendo en cuenta el éxito logrado, no descartan, incluso en un futuro no muy lejano, establecer acuerdos con otras capitales europeas.

Londres sería la siguiente.

CORTA!

CORTA!

CORTA!

CORTA!

AX

¡CORTA EL GASTO!



AHORA, TU CITROËN AX

DESDE 970.000 PTAS.

Corta el gasto. Aprovecha y cómprate ahora un Citroën AX a un precio excepcional: desde sólo 970.000 ptas.

Y además, no tienes que pagar la primera cuota hasta dentro de cuatro meses.

¡Disfruta!

PARA AQUELLOS QUE NO INVIERTEN TODO SU DINERO EN SU COCHE.



CITROËN

¡V.P. recomendado incluye IVA, impuesto de matriculación, transporte, promoción no acumulable y subvención Renove II. Válido para vehículos en stock. Hasta fin de mes.

NO TE IMAGINAS LO QUE CITROËN PUEDE HACER POR TI

Castilla y León ha sido tradicionalmente una región abierta al exterior. Hasta no hace mucho tiempo, la actividad turística se centraba en la captación y canalización de un turismo emisor. Sin embargo, de unos años a esta parte se detecta un sensible cambio

La alternativa del turismo Castilla y León interior

EMILIO ZAPATERO. (*)

Ante la evolución del planteamiento sociológico, la Administración Autónoma ha realizado durante los últimos años un notable esfuerzo que se traduce en haber destinado a inversiones turísticas alrededor de siete mil millones de pesetas. Además, con la aprobación del Plan Regional de Turismo se ha previsto que a lo largo de la legislatura que está a punto de iniciarse, las inversiones públicas hagan posible que este sector de la economía regional duplique sus aportaciones al PIB de Castilla y León. Al fin y a la postre, el turismo en Castilla y León genera 10.000 puestos de trabajo y ha ingresado 163.000 millones durante el último año.

Ahora bien, tal y como he reiterado en múltiples ocasiones, de nada sirve la apuesta decidida del Gobierno regional sin la anuencia, cuando no complicidad decidida, del sector privado. Los agentes sociales turísticos están comenzando a paliar las deficiencias habidas en materia de infraestructuras y, sobre todo, en los aspectos comerciales. Se está desarrollando en Castilla y León un denodado compromiso empresarial para la consideración de los aspectos promocionables como lo son los paquetes turísticos susceptibles de penetrar en los mercados. El permanente diálogo entre las empresas del sector y la Consejería ha comenzado ya a dar los primeros frutos.

La peculiaridad turística de Castilla y León constituye un alarde para la recreación de los sentidos; de todos los sentidos. Como es bien sabido, Castilla y León cuenta con la mayor concentración de patrimonio histórico-artístico posible en una región europea, ofreciendo una excelsa lección de historia del arte desde los hallazgos arqueológicos hasta las más modernas tendencias, pasando por todos los órdenes de la arquitectura, la pintura y la escultura. Junto a este bagaje monumental, la lengua castellana y la autenticidad de unas tradiciones que entroncan con las esencias etnográficas de un pueblo nacido para la supervivencia en sus costumbres, sus fiestas y su artesanía.

Así mismo, se goza aquí de una gastronomía recia y natural surgida de la ciencia que se amasa con los siglos y de unos productos naturales de indudable calidad, entre los que destacan por derecho propio unos vinos excelentes, protegidos por cinco denominaciones de origen. Y todo ello enmarcado en un paisaje variado, de ricos matices y de amplias posibilidades para la práctica deportiva, el disfrute de la naturaleza y, en suma, la materialización de las modernas tendencias turísticas.

La consideración del Turismo como una actividad económica es tan evidente que cualesquiera otro tipo de planteamiento está condenado al fracaso, máxime cuando el sector servicios está siendo -y lo puede ser aún con mayor gra-

do- en bastantes ocasiones tabla de salvación para muchos ante los inevitables problemas del sector primario y el estancamiento, cuando no recesión, del industrial. En la Junta de Castilla y León somos conscientes de que el Turismo puede muy bien convertirse en elemento dinamizador de la economía y en tal sentido estamos orientando la actuación institucional.

Sobre dos pilares fundamentales se asienta la política turística de Castilla y León: la cultura en su más amplia acepción y la naturaleza, considerada como entorno paisajístico, concreción rural y ámbito en el que disfrutar de deportes náuticos, aéreos, cinagéticos o simplemente practicar senderismo.

Cuando la tercera legislatura autonómica está a punto de entrar en la historia de Castilla y León, el balance que sobre el Turismo puede hacerse resulta ampliamente positivo al haberse convertido nuestra Comunidad Autónoma en la segunda de las regiones del interior en el número de turistas recibidos después de que durante 1994 se hayan contabilizado 3.228.642 viajeros, casi tres veces más que hace cuatro años.

*La política turística
de Castilla y León
se asienta sobre dos
pilares fundamenta-
les: la cultura y la
naturaleza*



(*) Emilio Zapatero es consejero de Cultura y Turismo.

estructural en la
demanda y
comienza a
considerarse esta
Comunidad
Autónoma como una
alternativa seria y
veraz a las viejas
concepciones del
turismo receptivo
español.



HASTA EL PRECIO TIENE ENCANTO.



Haz Turismo Rural en Castilla y León.

Este fin de semana descubre el Turismo Rural en Castilla y León. Alójate en una habitación con vistas a lo auténtico. Podrás elegir un palacete, molino, monasterio, castillo o entre más de 100 entrañables casas rurales, posadas y centros de Turismo Rural que te esperan con sus puertas abiertas. Disfruta del Turismo Rural, hasta el precio tiene encanto. Y además, hemos creado una infraestructura de

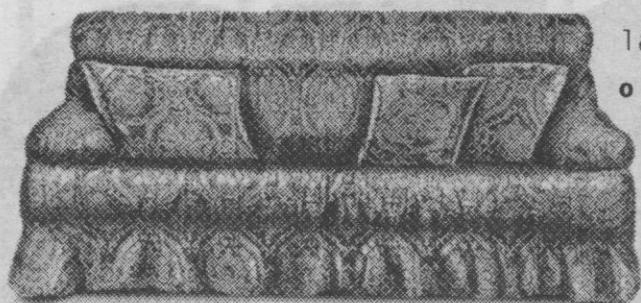
centros con la mayor oferta de actividades para todos los gustos: senderismo, aulas de naturaleza, bicicleta de montaña, y excursiones guiadas a parques y espacios naturales de gran interés ecológico. Practica el turismo más auténtico. Vive el encanto de los pueblos, villas y aldeas con la máxima comodidad.

**Ven a Castilla y León.
¡Y lo tendrás todo!**



**Junta de
Castilla y León**

Tu casa de verano.



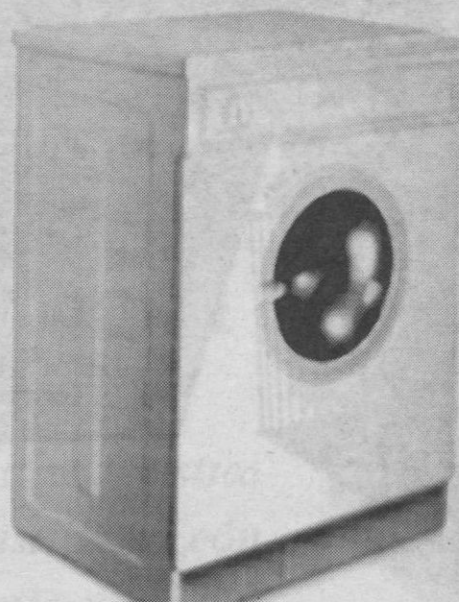
Para dar otro aire a tu casa de vacaciones, en la Planta de Textil Hogar tienes numerosas sugerencias. En **colchones y bases Aspol** hay un **20% de descuento** y además, de regalo una magnífica figura de cerámica de Sargadelos. Pero aún hay más sorpresas. Los sofás y sillones de tu hogar quedarán nuevos con

las fundas de los modelos Suecia o Rex, que tienen un **20 % de descuento**.

Coordinar el baño.

Toallas, cortinas de baño, albornoces, zapatillas.

Todo en 15 colores. En rizo americano. En algodón 100%. Una excelente calidad y una gran variedad, a precios muy tentadores.



32.900,-

JUNIO

Con otro  aire



45.900,-

Los electrodomésticos son aparatos básicos para tu casa de verano. En la planta de Menaje hemos preparado importantes sorpresas. Un **frigorífico Segad**, modelo FG-34, un excelente aparato con 320 litros de capacidad, a un precio sensacional. Sólo **45.900 PTA.** Y para completar el equipamiento, una **lavadora Hemmermann** modelo L-5015, por sólo **32.900 PTA.**

Acércate a nuestro centro más próximo y verás la cantidad de sorpresas que hemos preparado para tu casa.

SORTEAMOS 31 COCHES DAEWOO NEXIA GL*.



DAEWOO



*Por compras superiores a 10.000 PTA.

El Corte Inglés

la captura del viajero

—No hace mucho tiempo, un buen amigo me comentaba en torno a una taza de café que Madrid tenía cosas muy positivas, que seguía siendo punto de referencia inexcusable, pero que sin duda su aspecto más sobresaliente era su cercanía a Castilla y León. El café lo tomábamos en Avila, yo camino de Salamanca y él de Burgos. Todo un ejercicio de ironía y complicidades aderezado de sabia razón. Cosas del corazón.

Exagerado o no, este sutil comentario encierra latentes significados y da pie, en último término, a una relajada reflexión sobre las potencialidades turísticas que Castilla y León tiene frente a un mercado tan vasto y variopinto como el madrileño, siempre necesitado de nuevos caminos e iniciativas. Ya no se trata, como en el pasado, de aprovechar la inercia de su proximidad, las migajas de un festín donde no se decide el menú, la cultura del autobús y del bocadillo a la sombra del árbol, sino de ser capaces de estructurar con criterios de eficiencia una línea de actuación conjunta que aparte definitivamente los viejos fantasmas de la improvisación y nos introduzca en un futuro de certezas.

Y en ese camino debemos estar todos. La imagen bucólica de campos de cereales, de pueblos de solana vespertina, de recios inviernos de calles empedradas y silencios palpables, de iglesias llenas de espiritualidad, no debemos abandonarla, pero sí acompañarla de confortables instalaciones, de profesionalidad, de buenos servicios, de rigor en los horarios, de imaginación, de más conciertos y exposiciones. Con el recuerdo aún vivo de las Edades del Hombre.

La conciencia de que el turismo debe convertirse en una de las principales actividades económicas de la región, y por tanto, apostar fuerte por su organización, es una necesidad más que un paso previo. Es una necesidad que debe calar no sólo en los políticos y técnicos responsables, sino en la población en general.

En este sentido, es de agradecer la iniciativa de poner en marcha la Oficina de Promoción Turística de Castilla y León en Madrid (c/ Espronceda, 43. Tf.- 91-5543769. Fax.- 91-5538251), experiencia piloto fuera de la comunidad, cuya principal función es, precisamente, la de lograr esa imagen de eficacia y solvencia en la gestión, tan fundamental a la hora de hacer creíble un destino turístico. Un trabajo sordo, encaminado a sentar bases sólidas de colaboración entre instituciones y empresarios, entre profesionales y público en general, en facilitar el acceso a una información ágil y rigurosa, con iniciativas ya en funcionamiento como la Central de Información de Turismo Rural (Tf.- 902-203030).

El mercado de Madrid es exigente, pero sensible a lo bueno, y Castilla y León ofrece suficientes atractivos como para llegar a ser, con un poco de imaginación y mucho trabajo, una alternativa estable de ocio para muchos madrileños, tanto de fin de semana como de periodos vacacionales. Tan sólo falta ilusión. Y eso corre por cuenta de todos.

CESAR HERNANDEZ



Castilla y León es una región que se caracteriza por la compleja y variada configuración del relieve. El esquema fundamental de su geografía física responde a una vasta extensión de llanuras rodeada por un largo cinturón montañoso. Todo este conjunto de variadas estructuras han convertido al espacio castellano-leonés en la mayor unidad natural de Europa Occidental. Como consecuencia de estos acusados contrastes, sobre todo geomorfológicos y climáticos, nuestra región presenta un tapiz vegetal en el que están representadas todas

las especies arbóreas y
arborescentes que caracterizan

las dos áreas bioclimáticas,
atlántica y mediterránea, en

las que se divide la
Península.

Además, sus bosques,
montañas y llanuras siguen

siendo el último refugio
para algunas de las

especies más amenazadas
de la fauna ibérica: oso

pardo, lince, lobo, nutria,
cigüeña negra, águila

imperial, buitre negro,
urogallo y avutarda.

Esta combinación casi
mágica de los elementos

naturales de Castilla y León
ha creado un paisaje y unos

espacios únicos a los que
no llegan las carreteras ni

los automóviles. Para
acceder a ellos hay que

decidirse y retomar el
medio más ecológico.

antiguo y consustancial al
ser humano: caminar. La

aventura y la satisfacción
personal están garantizadas.

GARGANTA DEL CARES

El río Cares ha tallado a lo largo de millones de años un profundo desfiladero en las calizas de montaña que conforman el macizo de los Picos de Europa. Este auténtico monumento natural, que por su espectacular e inolvidable belleza ha sido bautizado con el sobrenombre de la Garganta Divina del Cares, es uno de los lugares de mayor interés paisajístico de toda la Península Ibérica.

CÓMO LLEGAR

Desde León hay que tomar la N-621 que por Cistierna conduce a Riaño. En el nuevo Riaño es preciso desviarse por la N-625 con dirección a Cagas de Onís. Un poco antes de coronar el puerto del Pontón un carretera local permite acercarse a Posada de Valdeón. En este último pueblo nace una pista de tierra que siguiendo el Cares llega hasta Caín.

DATOS ÚTILES

SITUACIÓN: Extremo norte de León, en el límite con Asturias.

PROTECCIÓN: Parque Nacional de Picos de Europa.

DISTANCIA Y TIEMPO: 20 kilómetros entre ida y vuelta y siete horas de marcha.

CARTOGRAFÍA: Mapa topográfico 1:50.000 de los Picos de Europa.

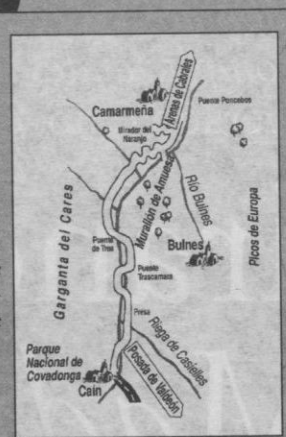
ÉPOCA RECOMENDABLE: Todo el año.

DIFICULTAD: Baja.

RELIEVE: El desfiladero más famoso y espectacular de España, tallado por el río Cares en las calizas compactas de los Picos de Europa.

VEGETACIÓN: Robles, tilos, hayas, avellanos, serbales, tejos. Pastizales de montaña. Endemismos botánicos.

FAUNA: Lobo, corzo, rebeco, águila real, acentor, gorrión alpino, desmán, nutria, ginetra, gerduña y ardilla.



LAGO DE SANABRIA

Hace aproximadamente 100.000 años, durante el Pleistoceno Superior, un impresionante glaciar, del que descendían varias lenguas de hielo de más de 20 kilómetros de longitud y con un espesor de cerca de 500 metros, cubría todo el relieve granítico de la sierra Segundera. Al retirarse el río helado que seguía el cauce del Tera se formó el actual Lago de Sanabria. Sus 368 hectáreas de superficie y una profundidad que alcanza hasta 55 metros, le convierten en el mayor lago de la península Ibérica.

CÓMO LLEGAR

El único acceso al parque natural del Lago de Sanabria, situado en el extremo noroccidental de la provincia de Zamora, es enlazar desde Benavente, Zamora y Galicia, a través de la N-525, con la localidad de Puebla de Sanabria. Allí hay que desviarse por una carretera local que, después de bordear el lago, alcanza el pueblo de Ribadellago Viejo.

DATOS ÚTILES

SITUACIÓN: Extremo norte de Zamora.

PROTECCIÓN: Parque Natural.

TIEMPO: El recorrido completo supone siete horas de marcha.

CARTOGRAFÍA: Mapas topográficos 1:50.000 n.ºs. 10-11 y 10-12.

ÉPOCA RECOMENDABLE: Todo el año menos en invierno.

DIFICULTAD: Alta.

RELIEVE: Fenómenos glaciares que han modelado el relieve granítico de la sierra Segundera, creando el mayor lago glaciar de la Península.

VEGETACIÓN: Bosques de robles, alisos, fresnos, abedules y sauces en las riberas. Acebos y tejos. Endemismos botánicos.

FAUNA: 76 especies de aves y 17 de mamíferos. Lobo, nutria, armiño, ginetra, aves acuáticas.



ARRIBES DEL DUERO

En el oeste de Zamora y Salamanca, donde el Duero se hace frontera con Portugal y se encierran formando los cañones más profundos y extensos de toda la península Ibérica, se encuentra la comarca de los Arribes. Un espacio natural privilegiado y aún desconocido, en el que destacan la belleza agreste del paisaje granítico y una rica y variada fauna y flora. En el cañón del río de las Uces se localiza, el "Pozo de los Humos", una de las cascadas más espectaculares de España.

CÓMO LLEGAR

Desde Zamora se puede seguir la carretera C-527, con dirección a Fermoselle. Una vez sobrepasada esta localidad, hay que desviarse en Trunba hasta Pereña. También por Salamanca, tomando la carretera de Vitigudino, se puede llegar con facilidad a esta comarca fronteriza con Portugal.

DATOS ÚTILES

SITUACIÓN: Extremo noroeste de la provincia de Salamanca.

PROTECCIÓN: Parque Natural.

DISTANCIA Y TIEMPO: Diez kilómetros y tres horas.

CARTOGRAFÍA: Mapa topográfico 1:50.000 n.ºs. 10-17 y 11-17.

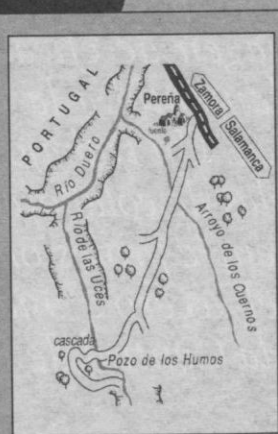
ÉPOCA RECOMENDABLE: Todo el año.

DIFICULTAD: Baja.

RELIEVE: Sucesión de los cañones graníticos más profundos y extensos de la Península. Espectacular cascada del Pozo de los Humos.

VEGETACIÓN: Bosques aislados de roble rebollo, encina, almez y enebro.

FAUNA: Numerosas rapaces, 15 parejas de cigüeña negra y lobos.



LAS BATUECAS

Según el diccionario de la Real Academia de la Lengua, estar en Las Batuecas es estar distraído y como ajeno a aquello de que se trata: es decir, aburrido y embelesado. Son sensaciones que siguen sintiendo los visitantes de este valle secreto, protegido por escarpadas montañas y en el que se localiza un bello bosque subtropical. Un lugar donde han encontrado refugio algunas interesantes especies de la fauna ibérica: cigüeña negra, lince, cabra montés y buitre negro.

CÓMO LLEGAR

El Valle de Las Batuecas está situado en las estribaciones occidentales del Sistema Central, al sur de Salamanca, en el límite con la comarca extremeña de Las Hurdes. Para llegar, lo mejor es tomar cualquiera de las carreteras que enlazan Salamanca y Cáceres, N-630 y C-512, y acercarse a La Alberca o a Las Mestas, las dos poblaciones más próximas al valle.

DATOS ÚTILES

SITUACIÓN: Sureste de la provincia de Salamanca.

PROTECCIÓN: Parque Natural.

DISTANCIA Y TIEMPO: Siete kilómetros y cinco horas.

CARTOGRAFÍA: Mapa topográfico 1:50.000 n.ºs. 11-21 y 11-22.

ÉPOCA RECOMENDABLE: Todo el año.

DIFICULTAD: Ninguna.

RELIEVE: Estribaciones más occidentales del Sistema Central. Predominio de bosques de robles y castaños.

VEGETACIÓN: Uno de las zonas de bosque mediterráneo húmedo mejor conservado. alcornoques, castaños, madroños, enebros y algunos tejos y acebos.

FAUNA: Lince, cabra montés, corzo, buitre negro, alimoche, águila real y cigüeña negra.

FUENTES CARRIONAS

Es inaccesible de las provincias de Palencia, León y Burgos, una espectacular y casi desconocida, cadena montañosa, modelada en las duras y apretadas calizas de montaña, a 2.500 metros de altura y conforman un singular relieve de gran belleza. Impresionantes precipicios, altivos cantiles y potentes cascadas abundan en la zona de los lagos de origen glaciar. Precisamente, la laguna de Fuentes Carrionas, da nombre a toda la zona.

CÓMO LLEGAR

Encontrar la C-615 en dirección a Guardo. Tras pasar esta localidad, la N-625 es preciso desviarse por la carretera N-625 con dirección a Alba y Cardaño de Abajo conduciendo hasta Cardaño de Arriba.

DATOS ÚTILES

SITUACIÓN: Norte de la provincia de Palencia.

PROTECCIÓN: Parque Natural.

TIEMPO: Cinco horas entre ida y vuelta.

CARTOGRAFÍA: Mapas topográficos n.ºs. 16-6 y 16-7.

ÉPOCA RECOMENDABLE: Primavera y otoño.

DIFICULTAD: Baja.

RELIEVE: Picos escarpados en las duras y compactas calizas de montaña del sector central de la Cordillera Cantábrica.

VEGETACIÓN: Predomina el bosque de hayas. También rebollo, encina y praderas naturales con alta montaña con vegetación de alta montaña.

FAUNA: Lince, corzo, ciervo, rebeco, nutria, perdiz pardilla, urogallo, agateador serrano. Rapaces.



Paso a paso por Castilla y León

NUEVE RUTAS POR LAS MONTAÑAS DE LA MAYOR REGIÓN NATURAL DE EUROPA

ENRIQUE DEL RIVERO

CIRCO DE GREDOS

En el extremo meridional de la provincia de Ávila y como un pesado e impenetrable muro granítico se alza la sierra de Gredos. En su accidentado y vertical relieve de picos agudos, brechas y salientes empinados destacan el circo y la laguna Grande de Gredos. Ambos son de origen glaciar y aparecen presididos por el pico Almanzor, coloso pétreo que, con sus 2.592 metros, es la máxima altura de todo el Sistema Central.

CÓMO LLEGAR

El mejor camino para alcanzar la vertiente norte de la Sierra de Gredos es enlazar desde Ávila o Madrid con la carretera C-500, que comunica Barraco con El Barco de Ávila. A la altura de Hoyos del Espino hay que desviarse por una pista asfaltada que, tras 12 kilómetros, alcanza la plataforma de Gredos.

DATOS ÚTILES

SITUACIÓN: Sur de la provincia de Ávila.

PROTECCIÓN: Parque Regional.

TIEMPO: Cinco horas y media entre ida y vuelta.

CARTOGRAFÍA: Mapas topográficos 1:50.000 n.ºs. 15-23, 15-24 y 14-23.

ÉPOCA RECOMENDABLE: Primavera y verano.

DIFICULTAD: Media.

RELIEVE: Muro granítico perteneciente al Sistema Central y en el que son muy claras las muestras de la erosión de los glaciares cuaternarios.

VEGETACIÓN: Interesante vegetación rupícola con numerosos endemismos.

FAUNA: Lince ibérico, buitre negro, águila imperial, cigüeña negra, cabra montés y varias especies de peces repletos y anfibios exclusivos.



SALTO DEL NERVIÓN

El límite natural entre Castilla y Euzkadi, semeja en la zona de Orduña, un espectacular anfiteatro rocoso desde el que se precipita, en una cascada de más de 300 metros, el río Nervión. Este impresionante salto, en forma de cola de caballo, es uno de los más altos de toda Europa occidental. Rodeando el acantilado, y a los pies de la caída de agua, crecen espesos hayedos y robledales.

CÓMO LLEGAR

Para acercarse hasta el salto del Nervión lo mejor es tomar en las inmediaciones de la localidad burgalesa de Pancorbo la carretera N-625 con dirección a Bilbao. Tres kilómetros después de Berberana y en plena ascensión al Puerto de Orduña, hay que tomar la pista asfaltada que por la derecha conduce hacia Puente Santiago. Al llegar a una bifurcación se debe tomar el ramal que por la izquierda alcanza el mirador de Esquina Rubén.

DATOS ÚTILES

SITUACIÓN: Límite entre Burgos y el País Vasco.

PROTECCIÓN: Monumento Natural.

DISTANCIA Y TIEMPO: 15 kilómetros y cuatro horas y media.

CARTOGRAFÍA: Mapa topográfico 1:50.000 n.º 21-7.

ÉPOCA RECOMENDABLE: Todo el año. Para contemplar la cascada elegir época de deshielo o fuertes lluvias.

DIFICULTAD: Baja.

RELIEVE: Anfiteatro rocoso formado por las cresterías calizas de la sierra Salvada y desde el que se precipita, en una cascada de más de 300 metros, el río Nervión.

VEGETACIÓN: Predomina el bosque de hayas. También rebollo, encina y praderas naturales.

FAUNA: Buitre leonado, águila real, alimoche, lobo, corzo, jabalí, nutria y ardilla.



LAGUNA NEGRA DE URBIÓN

Los Picos de Urbión son unas escarpadas montañas que se levantan al sur de la provincia de Castilla y La Rioja. Famosos porque en ellos nace el río Duero, conservan en su interior un interesante conjunto de lagunas de origen glaciar. Entre todas destaca la Laguna Negra, que rodeada de un espléndido bosque mixto de pinos silvestres y hayas, aparece preñada de numerosas leyendas y tradiciones populares.

CÓMO LLEGAR

Tanto si se viene de Logroño, Zaragoza o Madrid, el mejor punto de partida para llegar a Urbión es Soria. En esta ciudad hay que tomar la N-234 hasta Cidones. Desde este último pueblo y por una carretera local se alcanza Vinuesa, lugar en el que se coge el camino asfaltado que conduce al pie de la Laguna Negra. Por Burgos de debe enlazar a través de Salas de los Infantes.

DATOS ÚTILES

SITUACIÓN: AL noroeste de la provincia de Soria.

PROTECCIÓN: Parque Natural.

TIEMPO: Cinco horas entre ida y vuelta.

CARTOGRAFÍA: Mapas topográficos 1:50.000 n.ºs. 21-12, 22-12, 21-13 y 22-13.

ÉPOCA RECOMENDABLE: Cualquier época menos en invierno.

DIFICULTAD: Alta.

RELIEVE: Macizo montañoso perteneciente al Sistema Ibérico en el que han dejado su huella lagunas, valles en U y depósitos morénicos, los glaciares cuaternarios.

VEGETACIÓN: Predominio del pino albar, hayas, serbales, acebos, algún pino negro. Brezales y gresoleros. Praderas naturales cerca de la cumbre.

FAUNA: Lobo, ciervo, corzo, jabalí, perdiz pardilla. Rapaces. Insectos endémicos.



SIERRA DEL GUADARRAMA

La sierra de Guadarrama es un espectacular muro granítico que separa físicamente las mesetas del Duero y del Tago, constituyendo además, la divisoria natural de aguas de estos dos importantes ríos peninsulares. Sus laderas aparecen cubiertas de una auténtica selva de pinos silvestres. Los bosques de la Umbría de los Siete Picos, Valsain y La Acebeda son algunos de los pinares más extensos y mejor conservados de toda la península Ibérica.

CÓMO LLEGAR

El mejor acceso al Puerto de Navacerrada es salir desde Segovia por la carretera N-601 con dirección a Madrid. El recorrido a pie comienza, en el lugar conocido como El Escaparte, en las inmediaciones del edificio del Ejército del Aire, situado en el mismo Puerto de Navacerrada.

DATOS ÚTILES

SITUACIÓN: Sur de la provincia de Segovia, en el límite con la comunidad de Madrid.

TIEMPO: Cinco horas y media.

CARTOGRAFÍA: Mapas topográficos 1:50.000 n.ºs. 18-19 y 18-20.

ÉPOCA RECOMENDABLE: Primavera y otoño.

DIFICULTAD: Alta.

RELIEVE: La sierra de Guadarrama es un muro granítico y neis, perteneciente al Sistema Central, que separa las mesetas del Duero y Tago.

VEGETACIÓN: Verdaderas selvas de pino albar.

FAUNA: Desmán de los Pirineos, nutra, corzo, jabalí, gato montés. Incluso águila imperial y buitre negro.



Si hay alguien a quien todo este alboroto le haya cogido por sorpresa es a la propia comunidad de monjes. Epicentro de un fenómeno que ha rebasado sobradamente los muros del convento, los frailes no aciertan a comprender

cómo unas grabaciones realizadas hace treinta años han causado, precisamente ahora, tanto revuelo



Por el turismo hacia Dios

ALEJANDRO FIERRO

«Ecce nomen domini Emmanuel». No es sólo un verso de la monofonía gregoriana. Es también el mayor reclamo turístico de Santo Domingo de Silos.

El monasterio benedictino, su ciprés, el claustro románico o los parajes del valle del río Arlanza ya eran conocidos por los amantes de la naturaleza y de un turismo cultural y selectivo. Sin embargo, el inusitado éxito obtenido el pasado año por las grabaciones de los cantos gregorianos de los monjes de Silos ha eclipsado al resto de atractivos de la zona.

Los rezos de los monjes han catapultado el nombre de esta pequeña localidad burgalesa fuera de nuestras fronteras y desde lugares remotos, como Japón o Estados Unidos, llegan visitantes para conocer «el milagro de Silos». Los millones de copias vendidos en todo el mundo de una grabación realizada por los religiosos de Santo Domingo de Silos en los años sesenta han puesto de moda un canto que los frailes practican desde hace más de mil años como una forma más de oración. Ahora, todos en el municipio esperan sacar tajada de la avalancha de turistas que se prevé para este verano.

Si el pasado año llegaron hasta veinte autobuses cargados de visitantes en un solo día, este verano se espera que esa cifra se supere con holgura, ya que, con toda probabilidad, la afluencia de turistas extranjeros será mayor. Santo Domingo de Silos siempre ha sido parada obligatoria para el viajero, pero la eclosión del gregoriano ha disparado las expectativas de este lugar hasta cotas inimaginables.

Nunca llueve a gusto de todos y las opiniones de los habitantes de Silos sobre la influencia de este fenómeno en sus vidas, cómo hay que encaminar este turismo o en quién recaerá la riqueza que llegue al pueblo son, como siempre, contradictorias. Unos apuestan por un turismo de calidad, eminentemente cultural y religioso; otros protestan y aseguran que todos los beneficios revierten en los monjes mientras que el pueblo tiene que conformarse con las migajas; muchos se muestran escépticos y afirman que nada ha cambiado: los que estaba bien siguen estando bien, y los que estaban mal, mal.

UN PUEBLO MAS

Lo cierto es que, si no hubiera sido por la comunidad benedictina y su monasterio, Santo

Domingo de Silos sería un pueblo más enclavado en la meseta castellana cuya subsistencia dependería de la agricultura y la ganadería. Sin embargo, la existencia del monasterio hizo que ya, desde la Edad Media, la localidad desarrollara un incipiente comercio y un primitivo sector de servicios que, con altibajos, se mantiene hasta nuestros días. La gran preocupación se centra ahora en cómo atraer masivamente al turismo cuando la moda del gregoriano se desvanezca.

El propietario de un establecimiento hotelero se interroga sobre el tipo de turismo que se trata de potenciar desde las instituciones: «Viene mucha gente para un solo día: llegan, ven el monasterio, oyen cantar a los monjes, se comen un bocadillo y se van. Eso no da dinero». Es la postura mayoritaria entre los silenses, aunque casi todos, mal que bien, han tratado de sumarse al tren turístico que supone la abadía, bien poniendo un bar,

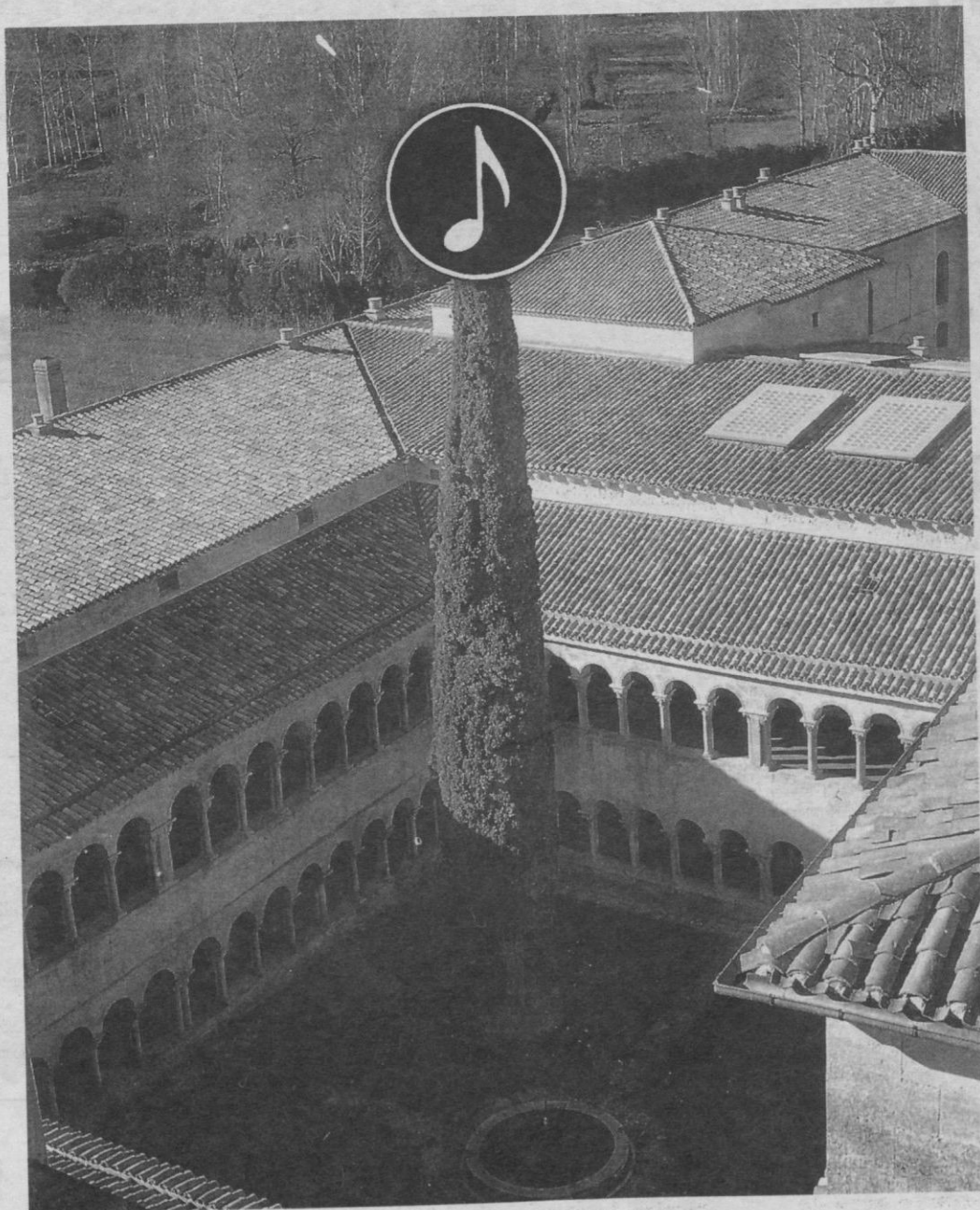
un restaurante o una tienda de antigüedades.

«Santo Domingo de Silos -continúa el hotelero- requiera un turismo cultural y religioso; espiritual, si se quiere. El turismo rural de albergue y campamento no da dinero ni tampoco ofrece lo que viene buscando la persona que se acerca a Silos».

Lo cierto es que, a pesar de las quejas, todos se preguntan qué pasará cuando el «boom» del canto gregoriano finalice. Silos está de moda y las inversiones millonarias que se están haciendo pueden quedar en el futuro como mudas reliquias de unos años esplendorosos si no se ponen los cimientos de una verdadera industria turística.

BUQUE INSIGNIA

Por el momento, la Junta de Castilla y León se está volcando con esta localidad burgalesa, oficioso buque insignia del tan cacareado proyecto turístico alternativo que pregonan



Todos se preguntan qué pasará cuando finalice el «boom» del gregoriano

las instituciones y cuyos frutos están tardando en aparecer más de lo que sería deseable. Así, el monasterio ha sido el único monumento elegido por el Gobierno regional para acogerse a los beneficios oficiales de la Ley de Mecenazgo. Además, se ha optado por la abadía benedictina como escenario de varios acontecimientos de carácter cultural: la exposición «Scriptorium silense»; congresos lingüísticos; juntas públicas de la Real Academia Española con la presencia de escritores de la talla de Camilo José Cela, Miguel Delibes, Antonio Buero Vallejo o Antonio Muñoz Molina...

El próximo reto que se plantea el Gobierno de Juan José Lucas es recuperar el ejemplar original de las Glosas Silenses —primeras manifestaciones del castellano, escritas en el siglo XI en el monasterio de Santo Domingo y actualmente en poder del Museo Británico— y devolverlas al municipio burgalés. Todos estos proyectos se vienen abajo cuando el único medio de transporte es un autobús que une Silos con Burgos y que, además, no circula los días festivos. Como alternativa, un vecino hace las veces de oficioso taxista y acerca al incauto visitante a la capital por seis mil pesetas la carrera.

Si hay alguien a quien todo este alboroto le haya cogido por sorpresa es a la propia comunidad de monjes. Epicentro de un fenómeno que ha rebasado sobradamente los muros del convento, los frailes no aciertan a comprender cómo unas grabaciones realizadas hace treinta años han causado, precisamente ahora, tanto revuelo, ni el desbordado interés por una música que para ellos no es más que una forma de oración que llevan practicando desde el año 1000.

Los benedictinos intentan que este estrépito no les aparte de su «ora et labora» cotidiano, aunque no pueden evitar que les lleguen algunos comentarios maledicentes, como que el monasterio se lleva todos los beneficios y no deja nada para el pueblo. Un vecino los defiende: «Los monjes son quienes han propiciado todo esto y les ha tocado a ellos pagar el pato. Están hasta las narices de este jaleo y yo no veo que sean más ricos que antes».

Canto gregoriano

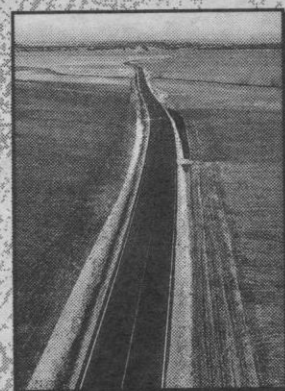
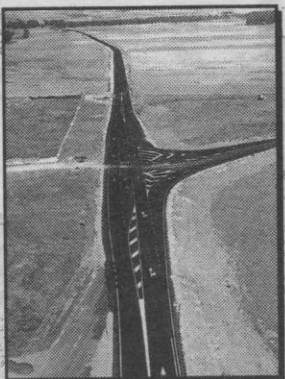
Efectivamente, los ingresos procedentes de las visitas al claustro y de la venta de objetos alusivos a la orden han pasado a ocupar un lugar primordial en la magra economía de los monjes, por encima de los trabajos agrícolas, su medio de sustento tradicional. De hecho, han tenido que variar su actividad cotidiana en función de la avalancha turística y los hermanos dedican la mayor parte de su tiempo a hacer de guías.

A Clemente Serna, el seráfico abad de Silos, se le ve desbordado y sólo pide calma y que las cosas vuelvan a su cauce habitual. «Mucho lío, mucho lío»,

responde siempre que se le pregunta por este fenómeno. El monasterio ha llegado a recibir hasta mil visitantes en un día, con el consiguiente perjuicio que supone para el edificio. La aglomeración de gente provoca un ascenso de la temperatura, seguido de un brusco descenso, lo que ocasiona fracturas y grietas en la piedra. Mientras, los monjes no cesan de reclamar que se limite la entrada a la abadía. Únicamente los rezos, abiertos al público, permanecen inalterados, aunque ocasionalmente algunos han tenido que variar de horario, dependiendo de lo ajetreada que se presente la jornada. Vigilias, laudes, sextas, vísperas y completas se han convertido en un acontecimiento social y cultural, más que en un rezo íntimo y religioso.

Una variopinta multitud, en la que hay españoles, franceses, japoneses, alemanes y americanos, se amontona en la pequeña capilla donde los monjes cantan gregoriano seis veces al día. El ambiente se asemeja al de un concierto de música clásica y los numerosos carteles rogando silencio no bastan para acallar un persistente cuchicheo. Los silenses han optado por acudir a los rezos de la mañana —a las seis y a las siete y media— y rememoran los tiempos en que eran un rito más dentro de la cultura religiosa del pueblo. «Antes —rememora un vecino— era todo mucho más natural; además, había más monjes, con lo cual la selección de cantores era más exigente. Ahora, hasta algunos desafinan».





PROGRESO EN FIRME

**CADA
DÍA
MÁS CERCA.**



Junta de
Castilla y León

"Cada día somos más conscientes de que todo tiene un límite.

Estamos trabajando en tratar de determinar algunos conceptos que permitan a los responsables calcular el equilibrio entre el número de

personas y las

posibilidades de la

zona, lo que se

llama «capacidad

de carga»



“En turismo, cada día cobran más valor los componentes étnicos”

TOMAS HOYAS

¿Hacia dónde se orientan las nuevas ofertas turísticas, a nivel internacional?

Fundamentalmente, las grandes corrientes turísticas de los últimos años apuntan hacia la zona del Pacífico y Asia. Creemos que tras los próximos diez años, uno de cada cuatro viajeros tendrá ese destino específico. Y hablamos de todo tipo de turismo: viajes de negocios, conferencias, seminarios; aunque la inmensa mayoría serán viajes de placer. Y hay que resaltar también que gran parte de ese turismo se generará en la propia zona con el crecimiento económico de los países asiáticos, Hong-Kong, Taiwan, Singapur, Corea o Malasia.

Ciertas fórmulas de turismo, como el turismo rural, están estrechamente relacionadas con el medio ambiente. ¿La aparición masiva de visitantes en zonas rurales y ambientales no puede, a la larga, resultar contraproducente para el medio ambiente?

Yo creo que cada día somos más conscientes de que todo tiene un límite, que no se puede poner en un mismo lugar y a un mismo tiempo a un número ilimitado de personas. Esto es algo que ya se aplica en centros históricos, en ciudades históricas, monumentos o museos. Y es, lógicamente, también aplicable al turismo rural. Estamos trabajando en tratar de determinar algunos conceptos que permitan a los responsables calcular el equilibrio entre el número de personas y las posibilidades de la zona, lo que se llama «capacidad de carga». Acabo de regresar de las Islas Galápagos, una zona con un equilibrio muy precario, por lo que el gobierno

de Ecuador ya ha puesto límites al número de turistas y al número de barcos que pueden acceder a la zona.

¿Las infraestructuras, concretamente, las comunicaciones, son tan determinantes como parece para la actividad turística?

Absolutamente. El turismo masivo, tal como lo conocemos ahora, comienza tras la segunda guerra mundial, en los años cuarenta, y se debe a dos fenómenos. Uno es la accesibilidad que el automóvil ha permitido a la población y otro, lógicamente, las estructuras que permiten usar ese automóvil. Por otro lado, la aparición del avión a reacción, que permite cubrir grandes distancias a costos cada vez menores fue también fundamental, como lo es el actual desarrollo de grandes redes de trenes de alta velocidad.

Se está hablando mucho del «turismo cultural», ¿esta es una moda general o queda reservada a países muy concretos?

En mayor o menor medida casi todos los países tienen una oferta cultural que

presentar. En ese sentido hay que señalar que todos los países se preocupan por mantener y desarrollar su patrimonio cultural, tanto para ofrecerlo a un importante turismo interior como de cara al turismo internacional.

¿Hasta qué punto los tópicos preestablecidos determinan la oferta turística de un país?

La realidad es que determinan bastante desde el momento en que proyectan una clara imagen. Debemos pensar que el turismo es uno de los sectores más competitivos del mundo y que no existen cuotas (máxime desde la desaparición de ciertas restricciones de acceso en los países de la antigua Unión Soviética). Además, en cuanto que una persona quiera y pueda viajar, se abre ante él un número casi ilimitado de posibilidades, y la competencia en la oferta de un destino ha creado imágenes muy claras en la mente del potencial viajero a través del cine, la televisión, la propaganda turística y -es un hecho muy importante-, a través de las sugerencias de amigos y compañeros.

¿Es, pues, muy difícil superar el tópico?

Hay que pensar que el mensaje turístico a enviar es muy costoso, y por ello la mayoría de los países recurren a uno o dos temas puntuales que, generalmente, hacen referencia al conjunto del país. De todos modos, eso no quita para que puedan hacerse campañas muy perfiladas y limitadas en su costo, con la idea de promocionar otro turismo, dirigido a diferentes segmentos de mercado, ya no tan generales.

Ciertos países, España incluida, parecen ofertar un turismo basado fundamentalmente en mar y sol. ¿Qué posibles alternativas existen?

En el fondo, cualquier país puede hacer una oferta muy variada. Tome usted, por ejemplo, Francia. Generalmente se pensaba en Francia como destino París, y Francia ha ido logrando generar una imagen de un



"Tratamos básicamente de hacer estudios y análisis, de llevar a cabo asesoramiento práctico y de servir de foro de intercambio de experiencias"

país que ofrece otras cosas. Ha logrado ofertar sus centros de esquí, sus centros de terapia física, de turismo rural, rutas por los canales, rutas gastronómicas, etc. Pero además agregó otro ingrediente como es Eurodisney, lo que le ha permitido acoger un turismo masivo bastante diferente del que tenía. Aunque cabe aclarar que el turismo masivo sigue orientándose hacia el sol, incluido el asiático y del Pacífico del que hablábamos antes.

¿Hasta qué punto es ético el llamado «turismo del sexo»?

La OMT se ha pronunciado, desde hace ya muchos años, total, categórica e inequívocamente en contra de lo que se llama la explotación del turismo con sexo comercial, es decir, las organizaciones que incitan a hacer viajes que tienen como objeto la explotación sexual, generalmente con menores de edad. Hace dos meses hemos tenido una conferencia en Italia sobre este tema y estamos trabajando con otras organizaciones para tratar de eliminar esta explotación inicua.

¿Cuál es el sentido «práctico» de las organizaciones internacionales en temas como el turismo?

Las organizaciones internacionales, como la OMT en turismo, permiten hacer una serie de investigaciones de lo que está pasando en el mundo en temas como educación, capacitación, turismo de medio ambiente, planificación, que sirven a mu-

chos países para ayudarles a formar sus planes de mercadeo (somos la principal fuente de datos de los flujos turísticos con información de más de 180 países). Asimismo, y tras hacer un estudio que tiene como referente el año 2.010, podemos ayudarles a conocer cuál es la situación real del turismo, los cambios que se están produciendo, sean cualitativos (cómo van a cambiar los hábitos y las costumbres turísticas) o cuantitativos, cuantas gentes más viajarán, de dónde saldrán y hacia adónde creemos que van a ir. Resumiendo, tratamos básicamente de hacer estudios y análisis, de llevar a cabo asesoramiento práctico y, por último, de servir de foro de intercambio de experiencias.

¿Quién es el turista de los años 90, y quién o cuál será el del siglo XXI?

Los perfiles que hemos analizado nos indican un envejecimiento creciente de la población de los países industrializados, y eso quiere decir que este segmento de la población va a tener hábitos y costumbres turísticas distintas. La población tendrá mas tiempo libre, contará con más recursos, pero exigirá más seguridades, como poder regresar con facilidad a su país, seguridad en la alimentación, seguridad física personal, es decir, necesita que la oferta se adapte a sus necesidades. En el caso del turismo juvenil, un segmento de mercado muy importante (un 20-25% del total), creemos que se interiorizará bas-

tante. El turismo familiar, por su parte, al irse reduciendo el número de sus miembros, deberá también adaptarse a nuevas fórmulas y sistemas.

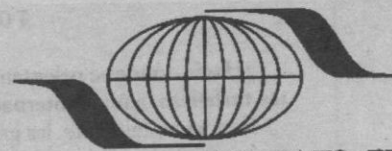
¿Es posible popularizar fórmulas turísticas basadas en la recuperación de las tradiciones, de la gastronomía, incluso de antiguos medios de transporte?

Totalmente. Y creo que lo que estamos viendo es que las personas cada día tienen más experiencia en viajar. La gente, hoy en día, es mucho más sofisticada, ha cruzado fronteras, utilizado los más diversos medios de transporte, se siente cómoda y se sabe desenvolverse en países donde no hablan su idioma, pero ya no le sirve el turismo masivo de paquetes siempre cortados por el mismo patrón. Quiere aprovechar el beneficio económico que conlleva el viajar en grupo, pero no le gusta subirse a las ocho de la mañana en un mismo au-

tobús. Están buscando viajes hechos a su medida, experiencias distintas, algo fuera de lo común. Cada día cobran más valor los componentes étnicos que tiene cada lugar, y eso es turismo rural, cultural, gastronómico, histórico, etc.

Por último. ¿Conoce usted Castilla y León? ¿Qué le resulta más atractivo?

R.- No conozco Castilla y León lo bien que me gustaría conocerla, y eso es algo que espero remediar a través del tiempo. De cualquier manera, para mí y para las gentes que nos vienen a visitar, llevarlos a Segovia, a Avila, a Salamanca, se trata de llevarlos a lugares únicos. Visitar Cándido en Segovia es acudir a un lugar de peregrinaje gastronómico conocido en todo el mundo. Popularizar aún más la variedad, la pluralidad de atractivos que ofrece Castilla y León me parece una experiencia interesante e incluso necesaria.



OMT • WTO • ETO

ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO

Haciendo provincia

VEN A BURGOS

...

Y ENTRARAS EN
LA HISTORIA



DIPUTACION DE BURGOS

El turismo en Castilla y León está subdesarrollado, falta iniciativa y dinámica comercial. Los atractivos para el viajero están limitados al patrimonio monumental, la gastronomía y la Semana Santa. Sin embargo, es posible modificar esa situación con medidas adecuadas



Imprescindibles cambios cualitativos

CONCLUSIONES DE LA MACROENCUESTA SOBRE
TURISMO DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN

Al menos eso se desprende de los datos de una macroencuesta realizada por orden de la Dirección General de Turismo de la Junta para conocer el estado actual de este sector y las posibles actuaciones para lograr su desarrollo comercial. Para obtener una visión global se ha preguntado tanto a los agentes que están directamente relacionados con el turismo (agencias de viajes, hoteles, restaurantes) como a los propios castellanoleoneses y a personas residentes en otras comunidades autónomas.

El sector turístico de Castilla y León "arrastra un fuerte atraso" y es necesario un cambio cualitativo para poner fin a una situación heredada, que se caracteriza por falta de interés tanto en las instituciones como en la población y en el empresariado. Hasta ahora, los rasgos han sido falta de interés político operativo, descoordinación, actitud de tanteo permanente, desmotivación y desorientación, predominio del localismo frente al concepto unitario regional, reservas ante las posibilidades

del turismo, falta de dinámica comercial y actitudes gremialistas entre el empresariado.

La ausencia de tradición turística en Castilla y León se pone de manifiesto en el escaso conocimiento de la oferta regional y su limitación casi exclusiva a productos tradicionales como el

to de los castellanoleoneses encuesta-dos cree que la oferta es "insuficientemente conocida" y un 30 por ciento opina que "se empieza a conocer ahora". Quienes conocen esa oferta la valoran de forma positiva y así el 43 por ciento dice que es normal y el 39 por ciento la califica como buena o excelente, frente al 17 por ciento para el que es mala o muy mala.

Si el porcentaje de castellanoleoneses que conoce la oferta turística regional es limitado el de visita se reduce aún más. Prueba de ello es que el 65 por ciento afirma conocer las siete rutas incluidas en los folletos turísticos pero sólo el 42 por ciento las ha visitado en alguna ocasión. De esas rutas la más famosa es el Camino de Santiago (conocida para el 87 por ciento), seguida por la de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad y la del

Vino. Entre las desconocidas figuran la de los Canales de Castilla y la ruta del Duero. El aspecto positivo de este apartado es que tres de cada cuatro personas que han visitado alguna de es-



patrimonio, la gastronomía y la Semana Santa, en contraposición al ansiado turismo rural y las actividades en la naturaleza. El 41 por cien-

Turismo social

Las personas mayores, un colectivo muy numeroso en Castilla y León, se muestran muy reticentes a viajar lo que hace necesaria una tarea de animación y facilitar que esa experiencia resulte "confortable". El denominado turismo social es la alternativa

propuesta por los expertos que han analizado la situación de este sector en Castilla y León. Este tipo de iniciativa podría ampliarse a otros grupos sociales como las amas de casa, asociaciones, jóvenes y niños. El primer paso debería ser una campaña de motivación para "descubrir la realidad autonómica", aunque un 75 por ciento de las

personas encuestadas se muestra favorable a que se realicen estos viajes por la geografía regional. Los objetivos perseguibles tienen carácter político, "para incrementar la conciencia de autonomía y la cultura autonómica", económico, para elevar el peso de la actividad turística en el conjunto de la región, y social, con el fin de facilitar unas vacaciones a quien menos

posibilidades tiene de permitírselo. Los programas de este turismo social deben correr a cargo de la Administración, que al mismo tiempo tendría que pactar con el sector turístico las medidas concretas para desarrollarlo. Al sector privado le corresponde asumir la estrategia de mercado -promoción de productos asequibles para ese público-.

tas rutas están dispuestos a repetir.

LA INFRAESTRUCTURA PENDIENTE

Las comunicaciones y la señalización son las carencias de infraestructura más acusadas entre el 70 por ciento de los encuestados. En torno al 50 por ciento de las personas consultadas criticó también la falta de instalaciones deportivas, de actividades de tiempo libre, deficiencias en la información y puntos de visita cerrados. En cambio el alojamiento y la comida son los aspectos mejor considerados en la relación calidad-precio, aunque sin contar con grandes apoyos, sino más bien indiferencia.

¿Quién es el responsable de esta situación? Según el 38 por ciento la carga recae a partes iguales entre el sector público (Junta, diputaciones, ayuntamientos) y el privado (hoteles, restaurantes, campings, agencias de viaje); otro 38 por ciento cree que la mayor responsabilidad es del sector público, y un 22 por ciento opina que el sector privado.

Según el estudio encargado por la Dirección General, hay que dejar que considere el turismo "como un tema cultural que suscita un interés literario para verlo como un producto comercial que tiene un interés económico", y para ello hay que fomentar su consideración como un sector de la economía que puede compensar la recesión de otros (agricultura, ganadería) y como un recurso que complementa los ingresos familiares.

Para que ese interés por dejar atrás la imagen tradicional del turismo se traduzca en hechos reales se recomienda "ajustar la oferta y la demanda", es decir, ofrecer unos productos nuevos y singulares, competitivos y adecuados a los circuitos comerciales. El turismo de interior es uno de esos productos, según el análisis realizado, en el que se advierte de la necesidad de contar con una correcta planificación -a través del Plan Regional de Turismo- para evitar que se convierta en una moda pasajera y concitar ilusiones en zonas donde es imposible su desarrollo, como ha ocurrido con el turismo rural, presentado como la panacea, en muchas comarcas de la región.

Para que ese cambio sea posible hay que desterrar las ideas caducas y dejar de considerar turista "al visitante motivado por ocio y



Oferta para el exterior

Castilla y León es una región poco conocida y poco visitada, el 74 por ciento de los encuestados afirma no haber estado nunca en esta región en los últimos cinco años y el mismo porcentaje considera que la oferta turística que ofrece es insuficientemente conocida. Sólo en las regiones limítrofes (Asturias, Navarra, País Vasco y Cantabria) el grado de conocimiento y visitas es un poco más elevado. Al igual que entre los castellano-leoneses los productos que despiertan mayor interés para los turistas son el patrimonio, la gastronomía y los parajes naturales -en detrimento de la Semana Santa-. Las rutas son grandes desconocidas, a excepción del Camino de Santiago, sobre todo la de los Canales de Castilla, sobre la que no tiene noticias el 82 por ciento de los encuestados. Ante este desolador panorama las actuaciones futuras tienen que reforzar la imagen de esta región como destino de turismo interior y para ello debe atraer a visitantes de fin de semana y puentes, que son los más predispuestos -la posibilidad de pasar en

Castilla y León unas vacaciones largas tiene muy poco interés para los encuestados-. Otra "regla de oro" debe ser lograr que el turista hegemónico, el que ha llegado hasta aquí atraído por la oferta tradicional, prolongue su estancia ante las propuestas adicionales que recibe. Además, hay que reforzar la motivación del turista emergente atraído por actividades en la naturaleza, ferias y fiestas. Para que estas iniciativas obtengan éxito deben dirigirse a los habitantes de las regiones que en la actualidad ya son emisoras de turismo hacia Castilla y León, es decir, las limítrofes (Asturias, Navarra, País Vasco y Cantabria), y las que tienen una mejor opinión de las propuestas castellano-leonesas (Madrid y Aragón). El capítulo de recomendaciones se completa con propuestas para potenciar el turismo de congresos -que permitirá obtener ingresos económicos en temporada baja-, crear nuevos espacios de caza y pesca, potenciar el excursionismo (el excursionista es un turista fácil de convencer y fiel) y mejorar sensiblemente el funcionamiento de las oficinas de turismo, que en la actualidad presentan deficiencias como falta de personal cualificado, permanecen cerradas los fines de semana y carecen de documentación.

MEDIO MILLÓN

Medio millón de personas está leyendo este Monográfico.
El mayor escaparate publicitario de Castilla y León.

**Nuestros anunciantes lo saben.
Agencia ICAL.**

Alfa Romeo.
Argentaria.
Asociación Agraria
Jóvenes
Agricultores
(ASAJA).
Asociación
Castellano-Leonesa
de Academias
Privadas (ACLAP).
Sociedad
Cooperativa
Azucarera ACOR.
Almacenes
Campillo. Asamblea
Regional de
Cámaras de
Comercio.
Alimentos
Tradicionales de
Castilla y León.
Banco de Castilla.
Banco de Fomento.
Bodegas Blázquez
e Hijos (Vinos
Perlado). Bodegas
Alejandro
Fernández (Tinto
Pesquera). Bodegas
Barrigón. Bodegas
Protos. Banco
Privanza. Casino de
Castilla y León.
Concentración
Olímpica de la
Juventud (COJ'91).
CAJA DE
SALAMANCA Y
SORIA. CITROËN.
El Corte Inglés.
Centro Democrático
y Social. CAJA
ESPAÑA. Castilla y
León Alimentaria.
Castilla Courier
Mensajeros.
Consejo Económico

y Social (CES).
Campofrío. CAJA
MADRID. Caja
Postal. Caja de
Ahorros de Segovia.
Cerveza San
Miguel. Consejo
Regulador
Denominación de
Origen Bierzo.
Consejo Regulador
Denominación de
Origen Ribera Del
Duero. Cámara de
Comercio e
Industria de León.
Consejería de
Agricultura de la
Junta de Castilla y
León. Consejería de
Fomento de la Junta
de Castilla y León.

Consejería de
Medio Ambiente y
Ordenación del
Territorio de la Junta
de Castilla y León.
Cupre. Diputación
de Avila. Diputación
de Burgos.
Diputación de
Palencia. Diputación
de Salamanca.
Diputación de
Valladolid.
Diputación de
Zamora. Editorial
LEX NOVA.
Exportadora
Castellano-Leonesa
(ESCAL). EBRO
Agricultoras.
Federación de
Cajas Rurales de

Castilla y León.
Feria Universal
Ganadera
"Salamanca 92".
Feria Internacional
de Muestras de
Valladolid. Gerencia
de Medios (GDM).
Gis Publicidad.
Grupo Dragados y
Construcciones.
Gonzalo Blanco y
Asociados. Hotel
Olid Meliá. Human.
Iberdrola.
INDAGRIMEC
Española. Izquierda
Unida. INTICALSA.
Junta de Castilla y
León. KWS, Semillas
Seleccionadas de
Remolacha. KL

Aluminio. LA
CAIXA.
Lubrificantes
Agricultoras BP.
Maribo España.
Magazine El Mundo.
MACSA, Servicio
Industrial de
Marcaje y
Codificación. Opel.
Orquesta Sinfónica
de Castilla y León.
Plaza de Toros de
Valladolid.
Polígono Industrial
"La Mora". PROCO.
Partido Popular
(PP). Partido
Socialista Obrero
Español (PSOE).
PROTEC. Parque
Tecnológico
Boecillo. PABECAL.
Radio Nacional de
España (RNE).
Renault.
Restaurante Casa
Ojeda. Restaurante
La Parrilla de San
Lorenzo. Riesgos
de Castilla y León
(RICALSA). Strube-
Dieckmann. SES
Ibérica. Sociedad
Anónima Estatal de
Caución Agraria
(SAECA). SAT Los
Curros (Vino
Cantosán).
SODICAL.
Telefónica.
Universidad de
León. Universidad
de Salamanca.
Van Der Have
España. Viajes
Halcón.

Compartir la tierra

José Antonio Flórez Valero

Compartir la tierra. Nuestra tierra. Compartir el aire. Y el agua. Compartir el árbol y la flor, el croreo de la cigüeña, el trino del jilguero, el zureo de la paloma. Compartir el rumor del agua, el desliz sinuoso de la culebra, la blandura algodonosa y blanca de la nieve, el planear cadencioso del milano, la armoniosa silueta huidiza de la raposa, el brillo inmóvil de las pupilas del buho, el quiebro veloz de la golondrina, la astucia de la garduña, el quedo silbido del viento al remansar en los encinares, el orgullo del oso pardo...

Tiene nuestra tierra nombres que ya son símbolos. El Cañón de río Lobos. El Lago de Sanabria. El Hayedo de Riofrío de Riaza. El Pinar de Aceveda. Y otros que poco a poco se repiten y aprenden. Los Picos de Europa. Los Arribes del Duero. Las Lagunas de Villafáfila. La Sierra de Gredos. Las Hoces del Duratón. El Macizo del Urbión. La Sierra de Béjar. La Laguna Negra. El Pinar de Valsaín. Las Fuentes Carrionas...

Y otros muchos más. Para escribir libros enteros, provincia a provincia, comarca a comarca, recodo a recodo, paisaje a paisaje. Para señalar como índices dos tan solo en cada una de nuestras provincias, a cual más bello y más distinto. En Avila el Barranco de las Cinco Villas y la Garganta de Tejea; en Burgos Las Merindades y Ojo Guareña; en León las Cuevas de Valporquero y el Valle de Sajambre; en Palencia los Páramos de Cerrato y el Mirador de Tierra de Campos; en Salamanca Las Dehesas y La Peña de Francia; en Segovia el Collado de Pasapán y las Hoces del río Riaza; en Soria los Pinares del Urbión y los Sabinars de Calatañazor; en Valladolid los Cerros de la Muela y los Altos del Portillo; en Zamora el Valle del Sotillo y la Sierra de la Culebra...

Toda una lección de geografía: sierras, cañones, pinares, picos, collados, arribes, hayedos, lagos, hoces, fuentes, lagunas, barrancos, ojos, sabinars, altos, médulas, cuevas, gargantas, miradores, páramos, valles, dehesas, sotos, peñas, cerros... Palabras que se adornan con nombres de árboles, de flores y arbustos, y se pueblan con el movimiento agitado o cauto, deslizante u ondulado, en carrera o en salto de una fauna que es estampita, aguafuerte o trofeo, siempre equilibrio, que abarca todos los recuadros y rincones de la zoología.

Todo esto lo tenemos aquí, y es nuestro. Y lo podemos compartir con cuantos llegan. Y disfrutar u ofrecer para el paseo, la ruta, el deporte, la aventura, la lección, la curiosidad, el descubrimiento. Como el paquete sorpresa envuelto en papel de regalo que es el reclamo mejor de ese turismo rural tras el que parece caminar nuestra esperanza.

Pero es tan hermoso y tan amplio este tesoro, ya la vez tan delicado y débil, que es nuestro interés resguardarlo. Aún falta conciencia de lo que es nuestro, valoración justa de sus excelencias, precaución y mimo en su cuidado. Aunque el que me lea tenga poca edad si al campo se ha asomado retendrá el nombre de una fuente que es recuerdo, de un bodón en el río donde pescó barbos, de un teso donde el fuego quemó la sombra, de un soto verde que hoy es asfalto hormigón, o acaso vertedero.

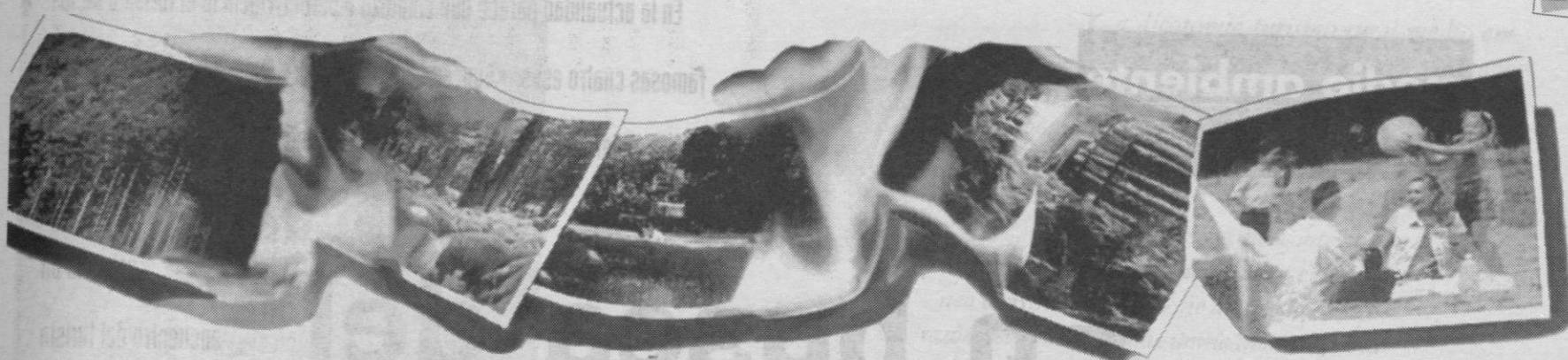
Es preciso, sí, es necesario poner puertas al campo. Y las puertas deben dibujarlas los que tienen el poder de dictar normas y ordenanzas. Nuestra comunidad tiene muchos nombres a los que no se les ha otorgado la placa que les sirva de protección, ese título que implica obligaciones. Parque, Sitio, Espacio natural. Que sea propaganda y leyenda, valoración y mérito, pero que implique cuidado, suponga prevención, asegure la enseñanza. Porque la buena intención hay que arroparla. Y nada hay más débil e indefenso que la naturaleza cuando el hombre se desboca.

Y este cuidado, que debe nacer por el amor a lo que es nuestro, tiene su razón añadida en cuanto se ofrece y se comparte. Esa hermosa foto que atrae al visitante ha de repetirse cuando el visitante se aleja sin que haya perdido ninguna lozanía, ningún brillo. Y ese es un cuidado que a todos corresponde. Porque todos hemos de adquirir nuestra conciencia para dotarla de exigencia, predicar con el ejemplo e impedir el abuso de quienes no sepan respetar lo que piensan no han de volver a ver en mucho tiempo.

Compartimos la tierra, el aire, el agua. Y está bien que lo hagamos, y ello con el orgullo de poseer tanta belleza. Pero son cosas que no podemos regalar ni vender. Porque no son nuestras, que son de nuestros hijos. Y bastante hemos abusado, y abusamos, de ellas, que seguro nuestros padres, de volverlas a ver, no serían capaces de reconocerlas como suyas.

Es hermoso el sol iluminando la claridad alba en su orto o tiñendo de púrpura la nube del ocaso. Es armonioso el son alegre del trino del ruiseñor en la madrugada plácida de mayo. Es grácil el correteo elegante de la gacela e impetuoso el trote ciego del jabalí macho y solitario. Es fresco el recodo del soto donde bajan a beber las lavanderas blancas y gracioso el saltar de rama en rama de las ardillas traviesas y majestuoso e imponente el vuelo del águila real. Y pide un lienzo el campo dorado del centeno que motea el rojo carmesí de la amapola. Y perfuma el aire la fragancia del espliego y raspa la garganta la herida húmeda que deja el hacha en el enebro.





Apaga el fuego, enciende la vida.

Acaba con los incendios forestales



En verano, el **fuego** es el peor enemigo de nuestra tierra. Por eso, ahora es cuando todos tenemos que extremar las **precauciones**. Tú también. Evita que se queme lo que más queremos. Y lo que es más importante: **tu vida**. Haz que nuestra tierra mantenga sus riquezas, sus cosechas, sus **bosques**. Nuestras riquezas, las de todos. Tu **colaboración**, ahora más que nunca, es fundamental para que el fuego no apague la vida.

Infórmate en tu Ayuntamiento y Guardería Forestal. Colabora llamando al
Teléfono Verde 900 200 300

LA JUNTA ESTA PREPARADA PARA AYUDARTE.



**Junta de
Castilla y León**

CONSEJERÍA DE MEDIO AMBIENTE Y ORDENACIÓN DEL TERRITORIO

Cuida tu tierra

medio ambiente

En busca del símbolo y la aventura

ALFREDO VILLAVERDE (*)

En el supuesto específico de España son múltiples los factores que animan a ofertar un turismo de interior en contraposición al de sol y playa. El riquísimo y variado patrimonio cultural de nuestro país propicia una oferta extensa y múltiple que, en lugar de atentar contra el medio ambiente asegure la mejora del entorno natural, arquitectónico, monumental, etnológico y cultural.

La crisis del sector agrario y su necesaria reconversión encuentran en el turismo una posibilidad cierta de desarrollo mediante un cambio cualitativo en los quehaceres y formas de vida tradicionales de su población. El desarrollo turístico es quizás el único medio de frenar la despoblación rural, fijar el empleo juvenil y abrir puertas al trabajo femenino amén de ser un importante motor para la recuperación de actividades artesanales tradicionales y un incentivo para el desarrollo y actualización de la gastronomía, las fiestas populares y el folclore de cada una de nuestras regiones.

Ese turismo además, no es un turismo de turistas pobres y ciertamente agresivos con el entorno, como suele ocurrir en muchas de nuestras costas, sino un turismo de calidad, deseoso de aprender y de compartir el legado histórico y el hecho cultural, de disfrutar con nuestra gastronomía (uno de los alicientes más importantes para el turismo en España) y de dejarse deslumbrar con el esplendor y el colorido de nuestras fiestas y folclore.

De su mano, el medio ambiente no debe sufrir agresión alguna, sino que debe por el contrario verse más protegido y beneficiado. La concienciación de la sociedad actual respecto de las agresiones medioambientales es grande, ya se apunta en el proyecto de algún partido político la creación de una cartera ministerial que cuide específicamente de su protección y mejora por lo que no hay que temer que el incremento del turismo rural, ya sea de descanso o ya sea cultural pueda ser un instrumento grande de deterioro.

Significativamente, nuestros montes no suelen arder por el descuido o la acción criminal de los turistas sino por otros motivos que hacen al caso, y la experiencia significativa emprendida por el Gobierno en su día para fomentar el desarrollo de esta actividad (los Paradores Nacionales de Turismo) ha supuesto y supone no sólo una cierta fuente de ingresos sino fundamentalmente la recuperación de un importantísimo patrimonio histórico, artístico y

cultural a la vez que una hermosa manera de guiar al viajero por nuestros más bellos paisajes y pueblos.

MADUREZ

Es grato poder constatar como día a día, ya de la mano de los poderes públicos como de la iniciativa privada o de una acción conjunta, surgen infraestructuras hoteleras y de restauración en palacios, castillos, abadías, molinos de viento, casonas populares, etc... que permiten la restauración y conservación de un patrimonio a menudo abandonado, olvidado y sin ningún uso, y en otros casos son un notable ingreso complementario para la generosa actividad de pequeñas comunidades religiosas o familias que pueden así atender un patrimo-

En la actualidad parece que empieza a perder vigencia el turismo de las famosas cuatro eses: «Sun, sea, sand and sex» (sol, mar, playa y sexo) y

el viajero participa de lo que Cresson llamó "busca del símbolo y de la

aventura", que

propicia un

encuentro del turista

con el patrimonio

cultural del lugar

visitado.



canzado un importante grado de madurez en la preocupación por temas ecologistas y del entorno físico que nos rodea. No debemos olvidar, sin embargo, que el turismo es quizá el único motor que puede impulsar la recuperación y conservación del entorno histórico artístico y cultural autóctono propiciando a su vez una correcta actualización de costumbres y tradiciones típicas a menudo también olvidadas.

Por otra parte, el mercado turístico está cambiando a notable velocidad y sus caracteres actuales apuntan hacia un exceso de oferta, aumento del nivel económico, economías productivas de escala, severa competencia y gran profesionalidad, desarrollo de técnicas de investigación, gran difusión a través de medios de comunicación y mercadeo con gene-

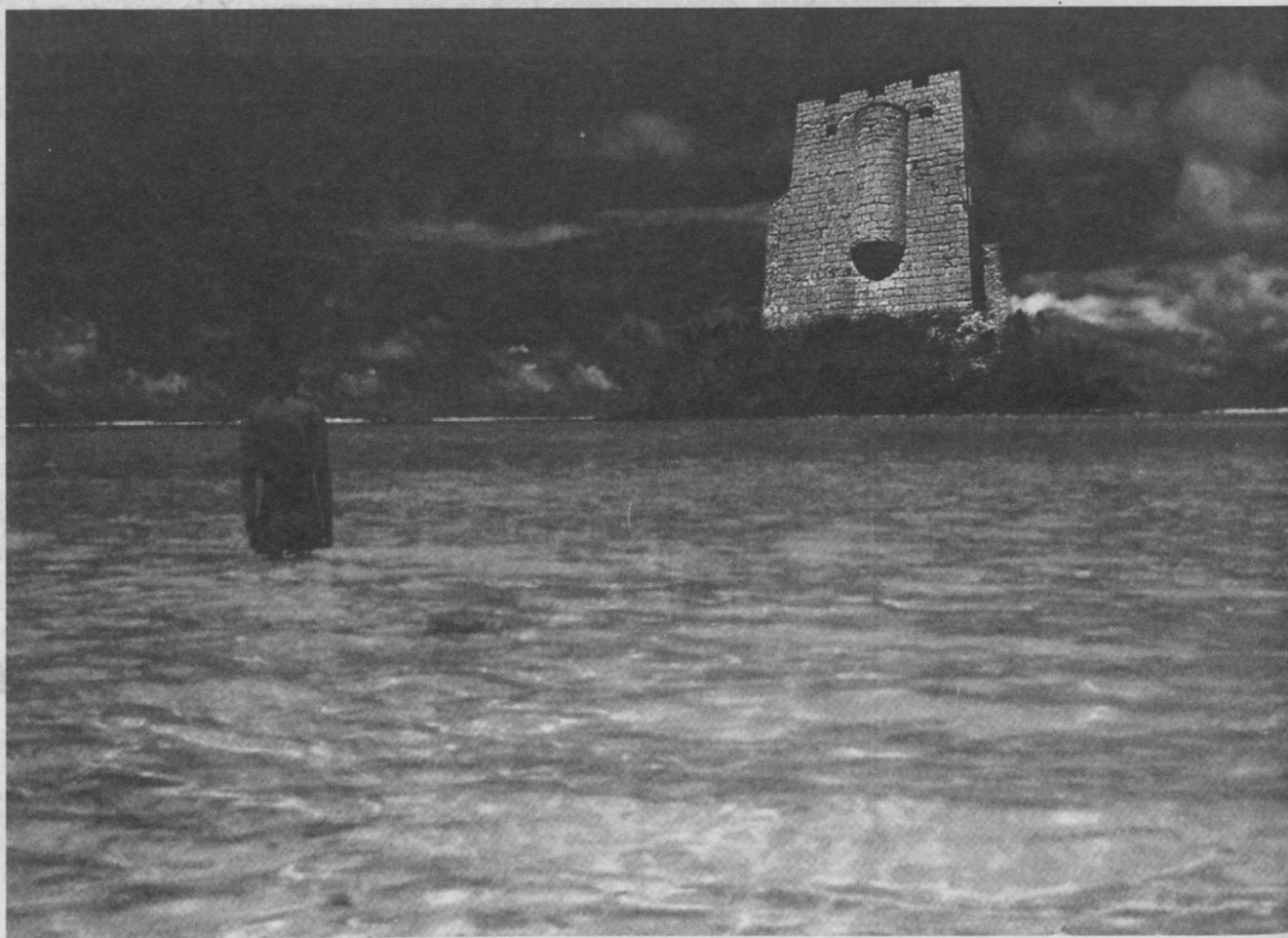
El desarrollo turístico es quizás el único medio de frenar la despoblación rural.

nio casi siempre muy por encima de sus posibilidades. El ejemplo de otros modelos brillantes de gestión en este campo, como el de Francia, debe servirnos para potenciar todo un brillante abanico de recursos para su explotación turística.

Creo sinceramente que nuestro país ha al-

ración de necesidades y deseos, todo lo cual nos debe llevar a considerar cualquiera de sus aspectos con rigor, sobre todo en un sector, el del turismo rural, en el que la demanda exige atenciones más personalizadas y un tratamiento del ocio más rico en experiencias personales e imaginación.

(*) Alfredo Villaverde es Secretario General de la Federación Española de Periodistas y Escritores de Turismo (FEPET).



La dicotomía turismo rural-medio ambiente va a dejarnos siempre un paradigma de controversia al que no serán ajenos, por un lado, los acendrados ecologistas y por el otro, los partidarios del puro y duro desarrollismo.

El último hecho que contribuye a la misma es la noticia reciente de que Brasil planea construir una enorme autopista en el corazón del Amazonas que uniría Manaus con la ciudad de Boa Vista en la frontera con Venezuela creando en el corazón de la selva un enorme parque de atracciones que atrajera la visita de millones de turistas de todo el mundo.

La internacionalización

de la Amazonía con este proyecto y la revitalización de la autopista trasamazónica cuenta con la ayuda de veinte millones de dólares por parte de los países del grupo G-7, países ricos y ha provocado enormes críticas. El proyecto, en palabras del escritor y diputado brasileño Fernando Gabeira es un desastre ecológico porque no tendrá en cuenta la vida circundante. Las cuatrocientas islas del archipiélago de las Anavilhanas sería destinatario del parque ecoturista que podría provocar la extinción de especies amenazadas con los jacares (cocodrilos) de la zona.

Los defensores del proyecto, entre ellos el propio presidente brasileño Fernando Enrique Cardoso y el gobernador de la región Amazonino Mendes, se refieren al mismo como un primer paso para unir la región norte del Amazonas con el Océano Pacífico, lo que provocaría una auténtica revolución en el mundo del comercio fomentando las exportaciones brasileñas hacia Asia y más en concreto hacia Japón.

¿Debe primar un criterio de preservación de la naturaleza en su estado original o por el contrario es lícito el afán de transformación de amplias zonas y regiones en aras a mejorar las condiciones de vida del hombre e incluso de la fauna y flora amenazada por el entorno en su extinción?

La respuesta es compleja en sí misma y, desde mi punto de vista, no cabe una actitud radical por cuanto la obra del hombre, el progreso, ha caminado siempre sobre ese filo de la navaja de sus aciertos y errores, aunque lo cierto es que su dinámica es la que ha hecho evolucionar el universo. Sin caer en el catastrofismo es preciso también valorar de forma muy importante el impacto de todas las acciones sobre el medio para no destruir el legado que nos ha sido dado. Sin duda, en su punto medio: acción controlada, puede estar la pauta de trabajo sobre el tema.

del Amazonas



Al servicio de Avila y su provincia



CAJA DE AHORROS
DE AVILA

vender la tradición

«Hace tiempo que la llamada cultura popular, el «tipismo» o lo «castizo», como también se dice, entró en el mismo saco de las ofertas turísticas de Castilla y León. Los de tierra adentro, carentes de la industria de mar y playa, se preparan para la creciente demanda que pide un turismo ecológico, paisajístico, histórico-artístico o gastronómico-enológico. Por simplificar: un turismo rural. Si durante mucho tiempo lo tradicional ha languidecido hasta casi desaparecer, entre otras razones, por su falta de funcionalidad en un mundo cada vez más tecnificado; ahora parece que quieren buscarle nuevas razones para su pervivencia.

Un pacto diabólico

Nunca han faltado entusiastas y conservadores a ultranza del mundo de lo tradicional o del folklore. Y junto a ellos, para compensar la balanza, siempre han existido detractores. Hay intelectuales que lo detestan. José Jiménez Lozano, por ejemplo, el autor de la Guía Espiritual de Castilla, no tiene reparo alguno en calificar de «horror» al folklore y en general —como él dice— a todo eso que ahora tan alegremente se llama recuperar las raíces de una colectividad para adentrarse en ellas.

Lo del horror del folklore lo justifica Jiménez Lozano con esta otra reflexión ajena: «Todo espíritu que otorga un valor sagrado a las cosas: sus raíces, su cuerpo, su patria y su propio espíritu es abominable. Comete el crimen de la impiedad. Está robando y trata de apropiarse de lo inefable, la indecible majestad que pertenece eternamente, totalmente al otro».

Efectivamente, es corriente equiparar lo tradicional, lo que constituye y forma parte de las señas de identidad, al espíritu de la tribu. Cuantas veces se ha escrito que el folklore es el alma de un pueblo. Si así fuera cabría hacerse esta inquietante pregunta. ¿Puede subastarse el alma en pública almoneda? La tentación es fuerte y a ella han sucumbido, en mayor o menor grado, no pocas tradiciones. Baste como ejemplo el paso del fuego en la noche de San Juan en San Pedro Manrique (Soria), una de las más interesantes y antiguas ceremonias folklóricas que hay en España y que ahora puede verse como quien va a un cine de verano: sentado en grada tras haber pagado entrada. O el día de la Loa en La Alberca (Salamanca), cuando se concentran varios miles de curiosos, el 15 de agosto, y asisten a una especie de auto sacramental que los albercanos han venido engordando en los últimos años, para no defraudar a su cada vez más amplio auditorio. Hay más casos equivalentes. Otro sería el de las alcaidesas de Zamarramala en los primeros días de febrero; aquella fiesta hace tiempo que se convirtió en el espejo donde se miran el resto de las «aguedas» que han resurgido en los últimos años.

Son todas celebraciones populares de renombre. En ellas hay diversos elementos folklóricos: los trajes, la música, un cierto ceremonial... Aun así, aunque resulte extraño, poco de lo anterior puede considerarse en puridad parte de nuestro folklore. El mundo de la tradición no se entiende en su plenitud sin su estructura ritual. El rito es el cañamazo desde el que eso que llamamos folklore se crea y proyecta. No es un mero espectáculo, o, al menos, no lo era cuando aquellas viejas celebraciones poseían su funcionalidad. Su razón de ser. Todas las ceremonias rituales, algunas sangrientas, como las matanzas de gallos o el alanceamiento de toros, tienen sentido cuando se las pone en relación con otros principios que permanecen ajenos al mero espectáculo. Antiguos ritos de mayoría, de iniciación en el mundo de los adultos, de fecundación...

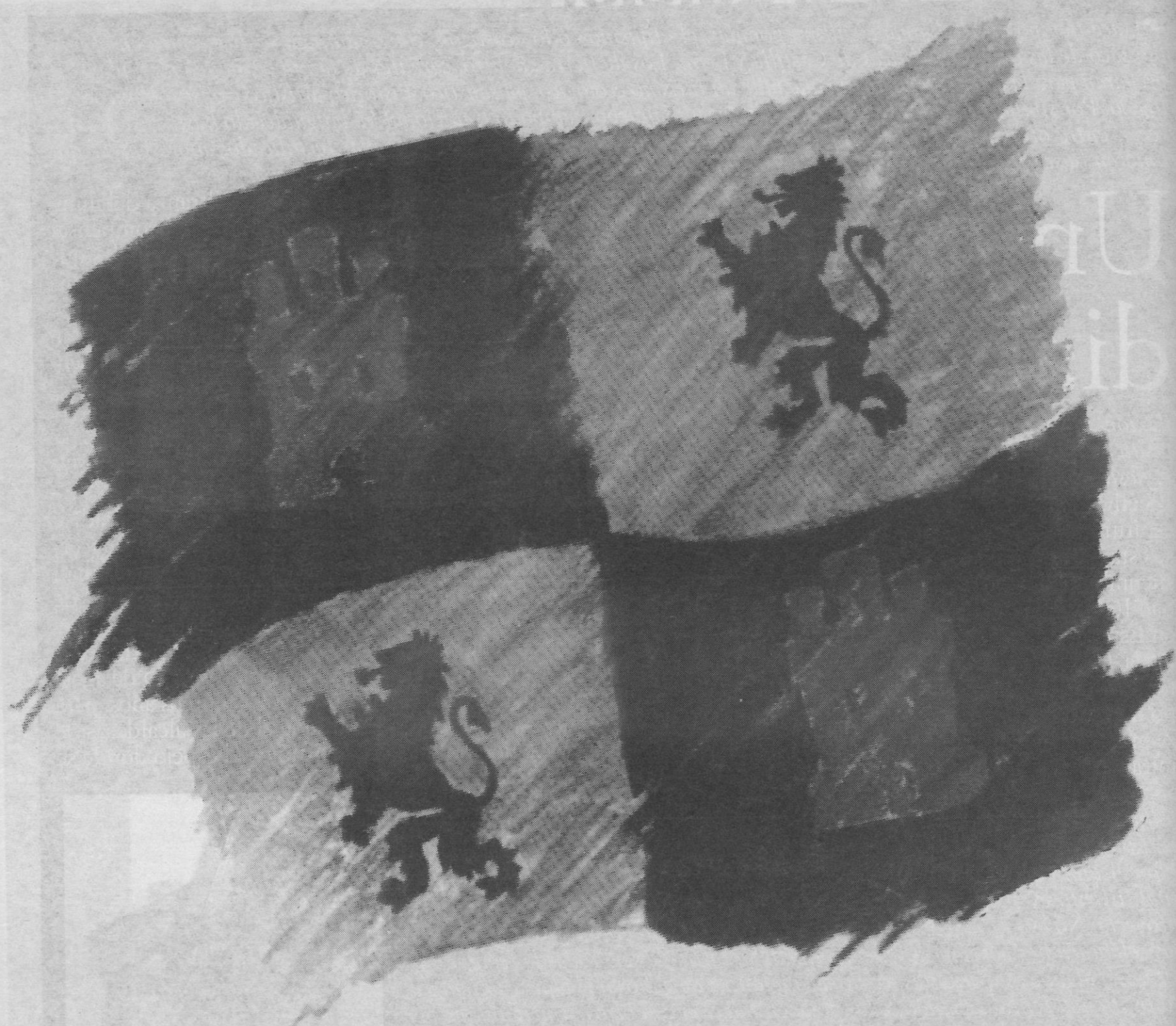
En esto, como en todo, hay dos caminos; uno es el de convertir el folklore en un iterativo producto más de consumo. Otro es el de no entender la tradición únicamente como espectáculo o reclamo turístico. También aquí hay ejemplos memorables, el más clamoroso es el ahora archifamoso canto gregoriano de los Monjes de Silos, que han rechazado, como se sabe, numerosas ofertas para cantar sus «kiries» y «sanctus» fuera de su entorno monacal. No dan conciertos, como de forma tan explícita dice el abad Clemente Serna.

Volvamos a la inquietante pregunta del principio. ¿Puede verse el alma al Diablo? Seguramente, como todo, es cuestión de comprobar si compensan las contrapartidas. Los clásicos bien saben de estos pactos diabólicos. Abí está el de Fausto, transcrito por Goethe. Y entre nosotros, los creados por Calderón, Lope y Ruiz de Alarcón. O andando más lejos en el tiempo, la bella versión castellana que hiciera Gonzalo de Berceo del pacto de Teófilo con el Diablo. Los móviles del contrato son siempre los mismos; si descartamos el amor carnal queda lo de siempre: el deseo de riquezas.

La literatura clásica describe con detalle cuál es la tremenda factura que el deudor ha de pechar. Pero también es cierto que no haya versión donde un acontecimiento de última hora no desbarate las consecuencias de la deuda. El moralizante final feliz es siempre una constante de estas obras. Por lo que parece, nosotros, hasta ahora, estamos cumpliendo la parte del pacto que nos corresponde. No hay más que mirar a nuestro alrededor. Cada vez tenemos más chicas ataviadas «típicamente» en los restaurantes. Las fiestas, sobre todo las consideradas «sangrientas», se van acomodando poco a poco a la sensibilidad de la Unión Europea. Los juegos tradicionales están confluyendo todos en una especie de baturrillo de la petanca. Y en lo que respecta a la dulzaina, el instrumento más característico de Castilla, hace tiempo que lograron parecerla a un clarinete. Poco a poco hemos ido vendiendo nuestra alma, ahora hay que esperar las contrapartidas que nivelen la deuda. El Gobierno Regional ha hecho público un balance bastante triunfalista del incremento del turismo en la Comunidad, pero aún suena a espejismo; a alucinación diabólica. Y en esas estamos.

CARLOS BLANCO





CADA
DÍA
MÁS CERCA.



Junta de
Castilla y León